

أساليب وأصول وتقنيات النشر

الدكتورة خديجة الرحية





ISSN: 2617-989X

Books & Refrences

أساليب وأصول وتقنيات النشر

الدكتورة خديجة الرحية

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020

Methods, Principles and Techniques of Publication

Khadijh Alrehya

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020



الـــــفـــــهـــــرس

الوحدة التعليمية الأولى : النشر الصحفي وأنواعه **1**
تمهيد 1
1- مفهوم النشر الصحفي 2
2- الحلقات الرئيسة للنشر الصحفي 3
2-1 الحلقة الأولى (التأليف) 3
2-2 الحلقة الثانية: تصنيع المنشور وإنتاجه (الطباعة) 4
2-3 الحلقة الثالثة: تسويق المنشور وتوزيعه 5
3- المراحل التاريخية للنشر الصحفي 7
3-1 النشر الصحفي في العصور القديمة 7
3-2 النشر الصحفي في العصور الوسطى 10
3-3 النشر الصحفي في القرن التاسع عشر 11
3-4 النشر الصحفي في القرن العشرين 12
4- أنواع النشر الصحفي 13
4-1 النشر التقليدي Traditional publishing 13
4-2 النشر المكتبي Desktop publishing 14
4-3 النشر الإلكتروني Electronic publishing 15
التمارين 19
المراجع 21
الوحدة التعليمية الثانية : النشر الرقمي وأهميته في الصحافة 22
تمهيد 22
1- مفهوم النشر الرقمي (Electronic Publishing) 23
2- أنواع النشر الرقمي وأشكاله 24
3- أهداف النشر الرقمي 25
4- أسباب توجه الصحافة المطبوعة نحو النشر الرقمي 26

5- مزايا النشر الرقمي 29
6- التحديات المرافقة للنشر الرقمي 31
التمارين 34
المراجع 36
الوحدة التعليمية الثالثة : الاتجاهات الحديثة في الإنتاج الصحفي 37
تمهيد 37
1- استخدام الحاسب الآلي في التحرير الصحفي 38
2- الحاسب الآلي تكنولوجيا مساعدة في الإنتاج الصحفي 41
3- سلبيات التكنولوجيا الحديثة في مجال الإنتاج الصحفي 42
4- مبررات إدخال التكنولوجيا في مجال الإنتاج الصحفي 44
5- تجارب الصحافة العالمية في الإنتاج الصحفي 45
التمارين 48
المراجع 51
الوحدة التعليمية الرابعة : الخطوات العملية لإصدار صحيفة مطبوعة 52
تمهيد 52
1- مفهوم الصحيفة المطبوعة 52
2- الإجراءات المطلوبة لترخيص مطبوعة دورية 54
3- حقوق الناشر الصحفي وواجباته 58
4- التحرير الصحفي كخطوة رئيسة من خطوات إصدار الصحيفة 59
التمارين 63
المراجع 65
الوحدة التعليمية الخامسة : **مقر المؤسسة الصحفية وتصميمه الهندسي** 66
تمهيد 66
1- مفهوم التنظيم وأهميته في المؤسسة الصحفية 66
1-1 أنماط التنظيم في المؤسسة الإعلامية 67
2-1 ما هو الهيكل التنظيمي الملائم للمؤسسة الصحفية 69

2- التصميم الهندسي الملائم للمؤسسة الصحفية 72
3- القطاعات الرئيسة في المؤسسة الصحفية 75
1-3 قطاع التحرير (أو جهاز التحرير) 75
2-3 القطاع الإداري والمالي 81
3-3 القطاع الفني 82
التمارين 84
المراجع 86
الوحدة التعليمية السادسة : مهارات العمل الصحفي 87
تمهيد 87
1- المهارات المطلوبة في التحرير الصحفي 87
1-1 مهارة كتابة الخبر الصحفي بأنواعه 88
2-1 الإلمام بمهارات التحقيق الصحفي 93
3-1 مهارة كتابة المقال الصحفي 94
2- الأسس الفنية للكتابة الصحفية الواضحة 95
3- الفرق بين المحرر الصحفي والكاتب الصحفي 97
4- مميزات الصحفي الناجح 98
التمارين 102
المراجع 104
الوحدة التعليمية السابعة : آليات بناء أجندة الأفكار في الصحيفة المطبوعة 105
مقدمة 105
1- اختيار الفكرة ومعالجتها في إطار الفنون الصحفية 106
2- ضوابط اختيار الفكرة داخل الفنون الصحفية 108
3- العوامل التي تعرقل عملية العرض المتوازن للأخبار والمعلومات في الصحيفة 111
1-3 العنصر البشري 112
2-3 سياسة الصحفية وتوجها 113
3-3 المصادر الصحفية 114

4-3 طبيعة النظام السياسي وإيديولوجية الدولة 114

التمارين 117

المراجع 119

الوحدة التعليمية الثامنة: محددات شخصية الصحيفة 120

تمهيد 120

1- الصحف المحافظة Quality Journalism 121

2- الصحف الشعبية 123

3- الصحف المعتدلة 126

4- كيف نضع التصميم الأساسي للصحيفة المطبوعة؟ 127

التمارين 132

المراجع 133

الوحدة التعليمية التاسعة : تصميم الصحيفة وإخراجها 134

تمهيد 134

1- مفهوم تصميم الصحيفة وأهدافه 134

2- مكونات التصميم الأساسية للصحيفة 135

1-2 القطع العام للصحيفة 136

2-2 عدد الصفحات 137

3-2 التبويب 137

4-2 نوع الورق 138

5-2 العناصر التيبوغرافية 139

3- إخراج الصحيفة 140

4- العلاقة بين التيبوغرافيا والإخراج الصحفي 142

5- الأسس التي يرتكز عليها فن الإخراج الصحفي 143

6- وظائف المخرج الصحفي.. 143

7- مواصفات المخرج الصحفي 144

8- كيف يتم توزيع المواد على صفحات الصحيفة المطبوعة؟ 146

9- دور التكنولوجيا الحديثة في تطوير فن الإخراج الصحفي 151
التمارين 154
المراجع 156
الوحدة التعليمية العاشرة : الصحيفة وتأثيرها في الرأي العام 157
تمهيد 157
1- الصحافة وتكوين الرأي العام 157
2- محددات تأثير الصحيفة في الرأي العام 161
1-2 ملكية الصحيفة 161
2-2 نوع الجمهور واتجاهاته وبيئته الاجتماعية 162
3-2 يتوقف تأثير الصحيفة في الرأي العام على نوع المجالات الموجهة إليها 163
4-2 السياسة التحريرية للصحيفة 164
5-2 مساحة الحرية الممنوحة لكل من الصحافة والرأي العام 164
3- معايير اختيار الأخبار والموضوعات الصحفية 165
1-3 معيار الدلالة الاعلامية 166
2-3 معيار الأهمية 167
3-3 الصدق والدقة في جمع الأخبار 168
4-3 الموضوعية 168
التمارين 172
المراجع 174
الوحدة التعليمية الحادية عشرة : إدارة المؤسسة الصحفية 175
تمهيد 175
1- مفهوم الإدارة الصحفية 176
2- ما الذي يميز إدارة الصحيفة كمؤسسة عن إدارة المؤسسات الأخرى؟ 176
3- شروط نجاح مدير الصحيفة في عمله 177
4- العوامل التي تؤثر على الإدارة الصحفية 178
5- التحديات التي تواجه الإدارة الصحفية اليوم 183

التمارين 186

المراجع 188

الوحدة التعليمية الثانية عشرة : موارد الصحيفة ومصروفاتها 189

تمهيد 189

1- موارد الصحيفة والعوامل التي تؤثر فيها 190

1-1 التوزيع والاشتراكات 190

2-1 الإعلانات 192

3-1 عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين 195

2- مصروفات الصحيفة 195

1-2 مصروفات ثابتة 195

2-2 مصروفات متغيرة 196

3-2 مصروفات أخرى 196

التمارين 198

المراجع 200

الوحدة التعليمية الأولى

النشر الصحفي وأنواعه

تمهيد:



عاش العالم قفزة نوعية باختراع حروف الطباعة على يد "يوحنا غوتنبرغ" في منتصف القرن الخامس عشر، وكان أثر ذلك عميقاً على فن المحادثة الشفوية إذ تراجعت بشكل كبير أمام انتشار الكتابة والقراءة والطباعة.



واليوم يعيش العالم فضائل وسيئات الانتقال من النشر الورقي إلى النشر الإلكتروني، ولكن مع مرور الزمن تبين أن الوسائط القديمة مثل الاتصال الشفهي والمخطوطات تعايشت وتفاعلت مع وسيط الطباعة الجديد الذي شهدته أوروبا أوائل العصر الحديث.

وانطلاقاً من أهمية النشر بكل أنواعه سنتعرف في هذه الوحدة الدرسية على مفهوم النشر الصحفي ومراحله وأنواعه، من خلال إلقاء الضوء على السياق التاريخي لهذا المفهوم.

أولاً: مفهوم النشر الصحفي

يمكن تعريف النشر الصحفي لغوياً أنه: الإذاعة أو الإشاعة، وقد عرّف المعجم الوسيط عملية النشر كما يلي: نَشرَ الكتاب أو الصحيفة: أي أخرجه مطبوعاً، والناشر: من يحترف نشرَ الكتب وبيعَها، وهو حلقة الوصل بين المؤلف والمبدع للمحتوى بكل أنواعه من جهة، وبين المستخدم أو المتلقي من جهة أخرى.

ويقع عبء إعداد المحتوى وحتى خروجه في الصورة النهائية على الناشر، وهو يتولى أيضاً التسويق والترويج والتوزيع من خلال شبكات توزيع ومعارض محلية ودولية، إذن الناشر هو ناشر محتوى سواء كان ورقياً أم إلكترونياً وليس ناشراً للكتب فقط. أما المفهوم الاصطلاحي للنشر: فهو العملية التي يتم بمقتضاها توصيل الرسائل الفكرية التي يُبدعها المؤلِّف إلى القراء، وتشير دائرة المعارف البريطانية إلى أنه: ذلك النشاط الذي يتضمن اختيار وتجهيز وتسويق المواد المراد نشرها.

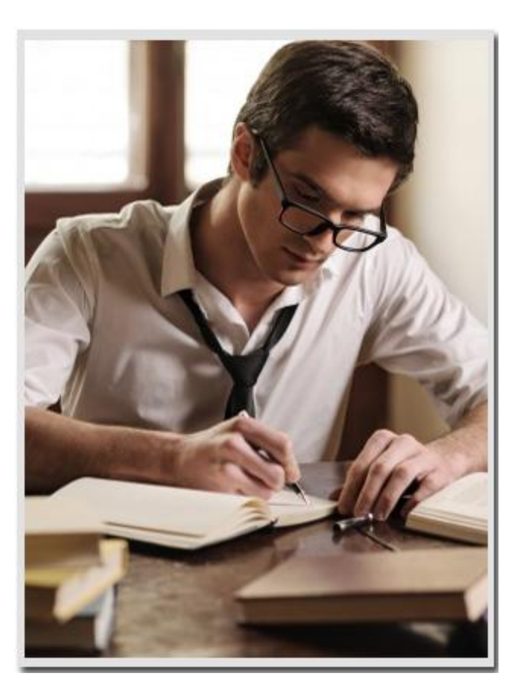
وعلى الرغم من إيجاز هذا التعريف إلا أنه يشير إلى الحلقات الثلاث الأساسية في عملية النشر: التأليف والتصنيع والتسويق، وهي العناصر التي تترابط معاً لتُكسب النشر معناه وطبيعته، إذ لا يمكن لأي حلقة من هذه الحلقات بمفردها أن تسمى نشراً، أي أن النشر مجموعة من العمليات

تبدأ بالحصول على المادة العلمية من المؤلف وتنتهي بإتاحة العمل للجمهور[1]، وهذا يعني جعله معروفاً بين الناس.

ولا بد من الإشارة إلى أن مفهوم النشر الصحفي يتسع ليشمل ويستوعب كل الأوعية الثقافية سواء المطبوعات كالكتب والدوريات. إلخ أم المصغرات من الميكروفيلم والميكروفيش[2]. إلخ، أم المسموعات والمرئيات من الأسطوانات والأشرطة الصوتية والتسجيلات المرئية. إلخ، أم الأشرطة والأقراص الممغنطة والملفات الإلكترونية المتاحة عن بعد، والأقراص المدمجة والوسائط المتعددة. إلخ.

ثانياً: الحلقات الرئيسة للنشر الصحفي

الحلقة الأولى: (التأليف):



تُعد حركة التأليف أولى حلقات النشر الصحفي حيث تمثل الجانب الفكري والركيزة الأساسية التي تعتمد عليها باقي الحلقات، فمن دون التأليف لا توجد الحلقات التالية، وهذا يعني أن التأليف بحد ذاته ليس نشراً؛ لأنه لا يقدم سوى نسخة واحدة من العمل، ولكي يكتسب النشر معناه لا بد من تكامل حلقة التأليف مع حلقتين أخريين هما الطباعة أي تحديد نسخ العمل ليصبح صالحاً للتداول بين الناس، وحلقة التوزيع التي تضطلع بمهمة توصيل النسخ إلى القراء والمستفيدين، ويمثل حركة التأليف بصورة أساسية المؤلف، أو من في حكمه كالمترجم، والمحقق، والمراجع. إلخ، سواء كان هذا المؤلف شخصاً أم هيئة، والمقصود بالمؤلف أنه هو "صانع الأفكار التي ستُنشر على الملأ عن طريق الكتاب أو الصحيفة، وهو منظم

[1] رضا سعيد مقبل, علم المكتبات والمعلومات، حركة نشر الكتب في محافظة الإسكندرية، كلية الآداب, جامعة المنوفية، القاهرة، 2005م.

[2] – الميكروفيش Microfiche: هو عبارة عن رقاقة بلاستيكية شفافة تُسجل عليها صور متعددة بالتصوير المصغر مرتبة في مصفوفة من الصفوف والأعمدة.

الكلمات والصور والخرائط والجداول. إلخ، والتي تُعرض فيها الأفكار وتقدم إلى القارئ"، وهكذا فإنه يمكن القول إن المؤلف هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبتكر الرسالة الفكرية ويعبر عنها بأسلوبه ويقوم بعرضها ونشرها على الناس، ويوجد نمطان أساسيان من أنماط التأليف:

الأول: التأليف الفردي حيث يكون شخص واحد هو المسؤول عن المحتوى الفكري للكتاب.

الثاني: التأليف المشترك (الجماعي)، حيث يشترك في تأليف العمل شخصان أو أكثر، وهو يمثل ظاهرة عالمية مألوفة في الإنتاج الفكري.

وتؤثر الظروف المحيطة بالمؤلف سلباً وإيجاباً في عملية التأليف، والتي تتمثل في المستوى العلمي للبيئة التي يوجد فيها المؤلف من حيث مقدار حرية الرأي التي يتمتع بها المؤلف، ومستوى علاقته بالناشر، كما يشكل الوضع الاقتصادي للمؤلفين المحك الرئيسي في عملية التأليف، فالواقع يعكس بجلاء أن المؤلف في عالمنا العربي لا يمكنه أن يعيش من دخل مؤلفاته، فالمقابل المادي الذي يحصل عليه المؤلف لا يفي بمتطلباته الحياتية، أما في العالم الغربي فإن المؤلف يمكنه أن يعيش من دخل مؤلفاته نظراً لارتفاع أعداد النسخ المطبوعة من الكتاب أو الصحيفة والذي يقابله إقبال من القراء، ففي أمريكا تعد مهنة التأليف واحدة من أفضل عشر مهن، ويستطيع أغلبية المؤلفين العيش من دخل مؤلفاتهم[1].

الحلقة الثانية: تصنيع المنشور وإنتاجه (الطباعة):

يشكل تصنيع الصحيفة أو الكتاب الحلقة الثانية من حلقات النشر، والتي تمثل الجانب الفني للنشر من خلال وضع أفكار المؤلف في كيان مادي ملموس، حيث يتم عمل نسخ عديدة من المنشور، وذلك لأن المؤلف عندما يكتب المادة العلمية (الرسالة الفكرية) لا بد من تحديد نسخها حتى تُنشر بين الناس ويتم تداولها حيث يُقاس نجاح المنشور بمدى انتشاره والإفادة منه.

وتبدأ عملية الإنتاج بعد الموافقة على النشر وتحديد المواصفات المطلوبة، ثم يتم دفع الكتاب أو الصحيفة إلى المطبعة التي يناط بها عملية تحديد النسخ، والطرف المسؤول عن هذه الحلقة أساساً هو الطابع الذي يجسد الرسالة الفكرية في كيان مادي ملموس، والتصنيع لا يُعد في حد

[1] د. مقبل, رضا سعيد, علم المكتبات والمعلومات, مصدر سابق.

ذاته نشراً؛ لأن مجرد طبع النسخ مهما كان عددها لا يؤدي إلى أي استفادة من الرسالة الفكرية، ولا يؤدي إلى توصيل الرسالة إلى المستفيدين، وهو الهدف المطلق من عملية النشر برمتها.

وتعتمد صناعة الكتاب أو الصحيفة في أي مكان على ثلاثة عناصر هي: المطابع والأيدي العاملة ومواد الطباعة من ورق وحبر. إلخ، وهذه العناصر تؤثر بالسلب والإيجاب على شكل المنتج النهائي (الكتاب، الصحيفة)، ومن ثم إقبال القراء عليه، وهكذا فإن هذه العناصر من العوامل التي تؤثر في رواج الكتاب من عدمه.

الحلقة الثالثة: تسويق المنشور وتوزيعه:

بعد الانتهاء من طباعة الصحيفة أو الكتاب تبدأ مهمة توزيعه وهى الحلقة الأخيرة في النشر الصحفي، والتي تمثل الجانب التجاري في عملية النشر، وينعكس نجاح هذه الحلقة على بقية الحلقات الأخرى، فالتسويق هو الهدف الأساسي من عملية النشر برمتها، وبه تكتمل حلقات النشر، والطرف المسؤول عن هذه الحلقة هو الموزع أو بائع الصحف أو الكتب الذي يتولى توصيلها إلى المستفيدين منها.

ولما كانت عملية التسويق تهدف إلى تلبية احتياجات المستفيدين، فهي تبدأ بالتعرف على هذه الاحتياجات، ويتم ذلك من خلال دراسات السوق، والمبيعات المتوقعة، والتسعيرة، وما يتبعه من حملة دعاية وإعلان للكتب والصحف الصادرة حديثاً، وتختلف الأهداف التسويقية باختلاف نوع الناشر، حيث يحرص الناشر التجاري على نجاح عملية التسويق لأسباب مادية بحتة وهو ضمان الحصول على ربح معقول، أما الناشر غير التجاري فإنه لا يهتم بالناحية المادية بقدر ما يحرص على وصول الصحيفة أو الكتاب إلى المستفيدين الحقيقيين من دون إرهاقهم مادياً، وغالباً ما يسعى إلى تغطية التكاليف فقط، وأحياناً يكون ضمن خطة النشر أن توزع الكتب أو الصحف مجاناً على المستفيدين.

ما الجوانب التي تتميّز بها الصحيفة عن أي منشور آخر؟



تختلف الصحيفة عن أي كتاب أو مطبوع آخر؛ لأنها نتاج جهود مختلفة يشترك فيها أشخاص قد لا تظهر أسماؤهم، ويقوم فيها الناشر بمهمة التوجيه وربط موضوعاتها المختلفة وإعادة تنظيمها وإدخال تعديلات على ما يقدَّم إليه للنشر فيها، سواء بالحذف أم التعديل أم الإضافة، ويتولى إخراجها في شكل فني مناسب، ثم إن موضوعاتها تتنوع من موضوعات سياسية إلى اجتماعية أو أدبية أو فنية أو رياضية، وهي مزيج من المعلومات والأخبار والآراء والتعليقات،

وبعض عناصرها قد يكون بالكتابة أو الصورة أو الرسم، كما أن بعض ما يُنشر في الصحيفة قد يكون ترجمة أو نقلاً عن مصنفات أخرى، ويأتي كل ذلك نتيجة جهود مختلفة من المحررين والفنيين والعاملين الآخرين في الصحيفة، أو من المساهمين في الكتابة من خارجها[1].

- فالصحيفة وفقاً لذلك هي مصنف جماعي، والناشر (صاحب الصحيفة) سواء كان شخصاً طبيعياً أم معنوياً هو صاحب حقوق التأليف على الصحيفة كوحدة متكاملة، وله الحق في مباشرة تلك الحقوق وفق هذا الاعتبار.

---

[1]– وائل عزت رفعت, حقوق التأليف في النشر الصحفي بحث في النظم الصحفية, مجلة جامعة أهل البيت، العدد الثاني، 2005م.

ولما كانت الصحيفة مصنفاً بالمفهوم المذكور، فإن الصحفي المساهم بالكتابة فيها يُعد بدوره مؤلفاً ضمن دائرة عمله، مع الأخذ بعين الاعتبار التباين في طبيعة الوضع العام لحالة الصحفي العامل في صحيفة ما لقاء أجر معين من جهة، وبين المؤلف الاعتيادي عندما يبتكر كتاباً من جهة أخرى، فبموجب عقد العمل أو شروط ومتطلبات العمل الوظيفي يتنازل الصحفي عن استغلال ما يكتبه وينشره في الصحيفة العامل فيها لقاء ما يتقاضاه من مرتب، ولكن هذا لا يعني أن يفقد هذا الصحفي ما يقدمه من نتاج إلى الصحيفة بوصفه من تأليفه، بل يظل منسوباً إليه ومرتبطاً بشخصه، ولاسيما في المواد التي تُنشر مقرونةً بأسماء كاتبيها، إلى جانب المواد التي يُعتمد فيها مبدأ (اللا اسمية) حيث يكون الرأي فيها معبراً عن اتجاه الصحيفة وليس رأياً شخصياً للكاتب أو الصحفي.

ثالثاً: المراحل التاريخية للنشر الصحفي

1. النشر الصحفي في العصور القديمة:



تُعد الصحافة والنشر الصحفي – بمعنى نقل الأخبار – قديمة قدم التاريخ، وليست النقوش الحجرية في مصر والصين وعند العرب الجاهليين وغيرهم من الأمم العريقة إلا ضرباً من ضروب الصحافة في العصور القديمة، ولعل أوراق البَرْدي المصرية من أربعة آلاف عام كانت نوعاً من النشر أو الإعلام أو الصحافة القديمة، إذ كانت الأخبار في هذه العصور عبارة عن خليط من الخيال والواقع تماشياً مع رغبات السامعين بغية التسلية، والإشادة بالبطولة

والقوة، وكان هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس يعمّر طويلاً، وينتقل من جيل إلى جيل على صورة القصص الشعبية والفولكلور، ويرى المؤرخ "يوسف فلافيوس" في كتابه "تاريخ الكلدانيين" أنه كان للبابليين مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث والتي اعتمد عليها نيروز في القرن الثالث قبل الميلاد.

وهذا يدل أن الصحافة كظاهرة اجتماعية قديمةٌ جداً، إذ يؤكد المؤرخون أن الصحافة بدأت في صورة الأوامر التي كانت الحكومات توفد بها رسلَها مكتوبة على ورق البردي إلى كل إقليم، وكان لهؤلاء الرسل محطات معينة يتجهون إليها بما يحملون من الرسائل، ومتى وصلت الرسالة إلى حاكم الإقليم أذاع ما فيها على سكان إقليمه، وقد يلجأ في بعض الأحيان إلى إطلاق المنادين ينادون بما فيها.



استخدمت الحكومات كذلك النقش على الحجر، وكان لا بد لها حينئذ من أحجار عدة تُنقش على كل واحد منها نسخة من التبليغ الذي تريده، ثم تبعث بها إلى المعابد التي يكثر تردد الناس عليها، ومن هذه الأحجار حجر رشيد المشهور الذي يُعد وسيلة للوقوف على سر الكتابة المصرية، إذ كان مكتوباً بثلاثة خطوط: اليوناني والديموطيقي والهيروغليفي، وتمثل الغرض من كتابته في إذاعة قرار أصدره المجمع الديني في مدينة ممفيس، فكان الخط اليوناني لليونانيين، والخط الديموطيقي لعامة الشعب، والخط الهيروغليفي للكهنة، وبذلك يمكن القول إن حجر رشيد كان جريدة واسعة الانتشار.

لم يقتصر الأمر على مصر، ففي معرض الصحافة في كولونيا بألمانيا عام 1928 توجد قطعة من الحجر عُثر عليها في جزيرة كريت، ويرجع تاريخها إلى القرن الخامس ق.م نُقش عليها باليونانية القديمة دعوة إلى وليمة، كما عُثر على قطعة أخرى من الخشب في أستراليا يرجع

تاريخها إلى أكثر من ألفي عام وعليها دعوة إلى وليمة، وهذا يشبه ما تنشره الصحف الآن من أخبار الزواج، والولائم والدعوة إليها.

تُعد الرسائل الإخبارية المنسوخة المظهر البدائي أو الأولي للصحافة منذ الحضارات الشرقية القديمة، وهناك أوراق مصرية من البردي الفرعوني يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد تتضح فيها الحاسة الصحفية لإثارة الميول عند القراء وجذب انتباههم.

وكان لبابل في العصور القديمة شهرة منف وطيبة في مصر الفرعونية، إذ بلغت أوج مجدها في عهد الملك حمورابي عام 2100 ق.م الذي تُنسب إليه أول صحيفة ظهرت في العالم، وهي مجموعة حمورابي للقوانين التي عدّها علماء تاريخ القانون أول صحيفة لتداول القوانين، مثل صحيفة الوقائع المصرية، وغيرها من الصحف الرسمية التي تنشر القوانين واللوائح والقرارات.

وعرفت معظم الحضارات القديمة كحضارة الصين والإغريق والرومان الخبر المخطوط، فقد أصدر يوليوس قيصر عقب توليه السلطة عام 59 ق.م صحيفة مخطوطة اسمها "أكتاديورينا" actadurina أي "الأحداث اليومية" يُكتب فيها أخبار مداولات مجلس الشيوخ، وأخبار الحملات الحربية، وبعض الأخبار الاجتماعية كالزواج والمواليد والفضائح، وأخبار الجرائم والتكهنات، وكان للصحيفة مراسلون في جميع أنحاء الإمبراطورية، وهم غالباً من موظفي الدولة.

أما في أوروبا في العصور الوسطى، فقد كان البابا يسجل أحداث العام على سبورة بيضاء ويعرضها في داره، حيث يحضر المواطنون للإحاطة بما فيها، وعندما ازداد النفوذ البابوي أصبح القول الشفهي والسبورة غيرَ كافيين، فنشأت النشرة العامة وهي نوع من الأوراق العامة تشبه الجريدة الرسمية الحالية، ومن ثم حلّت النشرة الدورية محل الحوليات الكبرى.

استمر استخدام الرسائل الإخبارية المنسوخة طوال العصور الوسطى لخدمة التجارة بين المدن الأوروبية المختلفة، وأصبحت مدينة "فيينا" مركزاً لهذه الخطابات، وأصبح هناك كتّاب مهنتهم كتابة الأخبار أو الرسائل الإخبارية في جميع المدن الكبرى.

بعد مرحلة الكتابة على ورق البردي وغيره ظهرت الكتابة على الصفحات الخشبية، إلى أن أمكن الطبع منها باستخدام القوالب الخشبية أو الطباعة القالبية، وكان للفينيقيين بعد اختراع الورق السبق في اختراع الطباعة القالبية، وذلك بنقش الكتابة على لوح من الخشب، ثم تفريغ ما حول الكتابة، فتبقى الحروف بارزة، يوضع عليها الحبر، لكي يُطبع منها العدد المطلوب من النسخ، وكانت هذه هي الطريقة الشائعة في الصين كذلك في القرنين الخامس والسادس الميلادي.

2. النشر الصحفي في العصور الوسطى:



ظهر أول مخترع للحروف المعدنية المنفصلة في ألمانيا وهو "يوحنا غوتنبرغ"، وأحدث اختراعه انقلاباً فكرياً لم يشهده العالم من قبل، إذ بفضل هذا الاختراع أمكن حفظ تراث الأجيال السابقة، وتمكين الأجيال اللاحقة من الانطلاق في المعرفة والعلم من خلال طباعة عدد كبير من النسخ من الخبر الواحد، مما يسَّر وصول الخبر إلى أكبر عدد من القراء، إضافة إلى ما توفره الطباعة من وقت وجهد.

على إثر ذلك تقدمت منشورات المناسبات الخبرية المخطوطة خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، وأدى المخبرون – إلى جانب الصحفيين – دوراً كبيراً في تأمين الأخبار، وشكلوا حتى عام 1789 شبكات إخبارية تكمل شبكات الصحافة الخبرية المطبوعة، وغدت الجرائد المخطوطة والصور والتقويمات حتى منتصف القرن التاسع عشر أدباً شعبياً تتناقله الطبقات الشعبية، وكان له تأثير يفوق الخبر المطبوع، ولكن في نهاية القرن التاسع عشر أدى انتشار المطابع ورخص ثمن الصحف الشعبية، وارتفاع توزيع المطبوع منها إلى اختفاء الخبر المخطوط نهائياً.



La Patrie

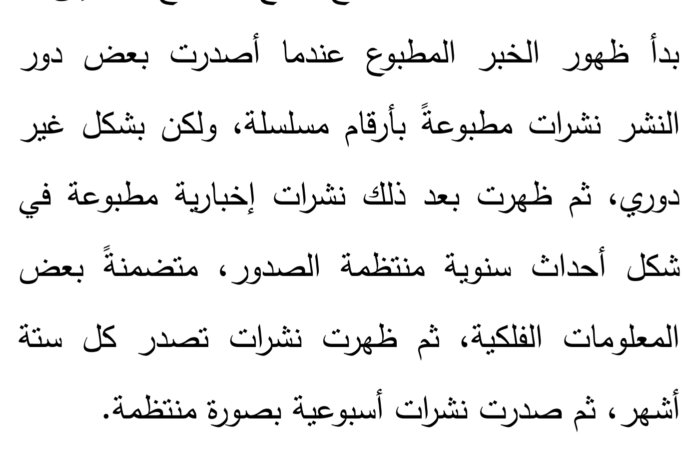
LES EMEUTES DE QUEBEC

SIR ROBERT BORDEN FERA UNE DECLARATION EN CHAMBRE AUJOURD'H

LE CABINET FEDERAL S'ASSEMBLE D'URGENC

CINQ MORTS

45 PRISONNIERS



بدأ ظهور الخبر المطبوع عندما أصدرت بعض دور النشر نشرات مطبوعةً بأرقام مسلسلة، ولكن بشكل غير دوري، ثم ظهرت بعد ذلك نشرات إخبارية مطبوعة في شكل أحداث سنوية منتظمة الصدور، متضمنةً بعض المعلومات الفلكية، ثم ظهرت نشرات تصدر كل ستة أشهر، ثم صدرت نشرات أسبوعية بصورة منتظمة.

كانت هذه النشرات الأسبوعية تصدر بمقتضى امتياز تمنحه الدولة أو المدينة مقابل فرض الرقابة عليها، وتنحصر مهمتها في نشر الأخبار الخارجية وبخاصة السياسية والعسكرية منها،

دون التعليق عليها، وتعد فرنسا أول دولة أصدرت صحيفة رسمية بعد أن أدركت فائدة الصحافة وأثرَها على الرأي العام، وحذت معظم دول أوروبا حَذو فرنسا فأنشأت صحفاً رسمية.

3. النشر الصحفي في القرن التاسع عشر:

تطورت الخدمات الصحفية وظهر العديد من المستحدثات التكنولوجية في مجال الإنتاج والمعالجة وإرسال المعلومات، ووصلت فيها إلى درجة التفوق على الخدمات الحكومية. فوكالة رويترز البريطانية – مثلاً – كانت تحصل على المعلومات والأخبار قبل أن تحصل عليها الحكومة.



ثم جاء اختراع التلغراف عام 1837 على يد "إف.بي.مورس" فكان بمثابة ثورة في عالم الاتصال غيرت وجه الفن الصحفي، وجعلت تطور وكالات الأنباء حقيقة مؤكدة، وما لبث كبار الصحفيين أن أدركوا خطورة التلغراف وأثرَه على نقل الأخبار، وفي عام 1875 اخترع "ألكسندر غراهام بيل" التليفون فكان بمثابة دفعة قوية وقفزة رائعة للفن الصحفي بوجه عام، ومنذ عام 1927 أصبح التليفون عاملاً مهماً ورئيسياً لنقل الأخبار عبر المسافات الطويلة عن طريق دوائر تربط القارات سلكياً ولاسلكياً.

النشر الصحفي في القرن العشرين:



بدأت بعض كبريات شركات النشر في نهاية الستينيات باستخدام أجهزة الحاسوب في التنضيد الضوئي، والتي قدمت فرصاً جديدة للنشر أهمها أنها أتاحت إمكانية النشر الإلكتروني بناءً على الطلب إضافة إلى إمكانية تخزين نسخة من أي عمل بدلاً من الاستماع إليه أو مشاهدته، وكانت تلك البداية الحقيقية للنشر بناءً على الطلب[1].



وقد دخلت الإلكترونيات عالم النشر باستخدام معالج الكلمات (Word processor)، وتشير الكثير من الدلائل إلى أن وسائل النشر الإلكتروني ستقضي على الطباعة التقليدية معلنة سقوط "حضارة الورق" التي سادت المجتمع الإنساني منذ اختراع الورق عام 1440م[2] ولاسيما بعد التطور السريع في مجال النشر الإلكتروني، والذي أدى إلى ظهور أنواع جديدة من تقنية وسائل الإعلام، وإلى التأثير كذلك في تقنية الصحافة المطبوعة.

ويمكن تلخيص التطور التاريخي للنشر الصحفي من خلال الشكل التوضيحي الآتي:



---

[1] أبو خضرة, حسن، النشر الإلكتروني، رسالة المكتبة 23 (3) أيلول 1988م، ص 24.

[2]- نبيل علي، اللغة العربية والحاسوب، عالم الفكر، مج 18، ع 3 أكتوبر 1987م، ص 62.

رابعاً: أنواع النشر الصحفي:

تتعدد أنواع النشر الصحفي بين القديم والحديث بدءاً من النشر التقليدي الورقي، مروراً بالنشر المكتبي وصولاً إلى أحدث أنواع النشر متمثلاً بالنشر الإلكتروني، وفيما يلي نستعرض كل نوع من أنواع النشر:

1-النشر التقليدي Traditional publishing:

هو عمل منشور يصدر للجمهور بشكل وثيقة أو كتاب، والمادة الرابعة من الميثاق العالمي لحقوق النشر 1791 (Universel copyright convention) تعرّف هذا المصطلح كالآتي: "هو إنتاج عمل مادي ملموس وتوزيع نسخه على الجمهور والتي يمكن قراءتها أو إدراكها بصرياً"[1].

وتتوزع أنواعه بين إحدى الطرائق المتعارف عليها مثل:

1- الكتب الورقية.
2- المادة الصوتية المقدمة على أشرطة كاسيت مثل: الخطب والمحاضرات، والدروس والأناشيد، وأي محتوى ثقافي عموماً يُقدَّم على أشرطة كاسيت صوتية.
3- المادة المسموعة المرئية المقدمة على أشرطة فيديو كاسيت مثل: المحاضرات والأفلام العلمية والتسجيلية، واللقاءات التلفزيونية، وبرامج التلفزيون وغيرها.

[1] Encyclopedia of Shami. Library, Information and Archival Terminology (online).03/12/2012.Avaible at: http://www.elshami.com/.



2-النشر المكتبي Desktop publishing:

يُعد النشر المكتبي إحدى ثمار التطورات التكنولوجية ولاسيما تكنولوجيا الحواسيب، وفي الوقت ذاته هو امتداد للطباعة وبداية الطريق الفعلية للنشر الإلكتروني الذي نراه اليوم بأنواعه المختلفة، وله تعريفات عدة نذكر أهمَّها:

- استخدام الأفراد الذين لديهم خبرة بسيطة وتدريب لإمكانيات الحاسب الآلي وأجهزة الطباعة والماسحات الضوئية والبرامج[1]، مثل حزمة برامج "Microsoft Office" المتمثلة بـ (Excel، Power Point، Access، Word).
- استخدام الحواسيب المايكروية في الطباعة.

---

[11] Seybold, Joh

n W, Electronic publishing, OpCit, 1986, p100.

- هو عبارة عن برمجيات خاصة مع حواسيب مايكروية وطابعات ليزرية غير مكلفة تنتج صفحات منظمة، ومعدة بصورة جذابة يمكن من خلالها الحصول على خطوط بأنواع وأشكال مختلفة ومتنوعة وتنفيذها[1].



ما الفرق بين النشر المكتبي والنشر التقليدي؟

للنشر المكتبي مزايا عديدة مقارنة بالنشر التقليدي أبرزها: الاختزال الكبير في خطوات التنضيد، وإعداد النسخة الأصلية وجمعها في خطوة واحدة، إضافة إلى إلغاء دور الأيدي العاملة الماهرة في الطباعة والتنضيد، والاستعانة بالحواسيب والبرامج الجاهزة، والطابعات، علاوة عن السرعة العالية في الإعداد والإنجاز مع ضمان الكفاءة العالية.

3-النشر الإلكتروني Electronic publishing:

وهي مرحلة المعلومات الإلكترونية وعدم توافرها بشكل ورقي، ويُعد النشر عبر شبكة الإنترنت مثالاً واضحاً لمثل هذا النوع، إضافة إلى الأقراص المكتنزة وأقراص الملتميديا.

وقد قسم الدكتور عبد اللطيف صوفي النشر الإلكتروني إلى نوعين رئيسيين هما:

أ- النشر الإلكتروني الموازي: وفيه يكون النشر الإلكتروني مأخوذاً عن النصوص المطبوعة والمنشورة وموازياً لها، أي أنه ينتج نقلاً عنها، ويوجد إلى جانبها.

ب-النشر الإلكتروني الخالص: وفيه لا يكون النشر عن نصوص مطبوعة، بل يكون إلكترونياً صرفاً، ولا يوجد إلا بالشكل الإلكتروني.

---

[111] – أيمن السامرائي, عامر قنديلجي, "النشر المكتبي الإلكتروني" رسالة المكتبة، م30، ع 3 (أيلول 1995م)، ص 38.

البيئة المجزأة للإعلام





http://27sh731sznh11gg4g81luizpbcy.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2012/11/Screen-Shot-2012-11-27-at-10.15.30-AM.png

ما الفرق بين النشر التقليدي والنشر الإلكتروني؟



تتوضح الفروق بين عمليتي النشر التقليدي والنشر الإلكتروني بالجدول التالي:

النشر الإلكتروني	**النشر التقليـدي**
1.إمكانية تجميع الوثيقة بأشكال متعددة صوتية، نصية، وصورية.	1.وهذا ما يصعب عمله في الوثائق التقليدية ويطول عمله، وهو مستحيل في الشكل الصوتي
2.إمكانية الإنتاج السريع والعالي لكم كبير من الوثائق الإلكترونية.	2. وعلى العكس في الوثائق التقليدية، حيث تحتاج إلى وقت طويل.
3. تظل الوثيقة الأصلية على جودتها ومن الممكن أن نضيف تحسيناً وتعديلاً عليها.	3. عدم القدرة على الإضافة والحذف، لأن هذا سوف يشوه مظهرها.
4.إمكانية التعديل والتجديد وإعادة استخدام البيانات قد يطرح مشكلة في درجة الثقة والضبط.	4. عدم القدرة على استخدام البيانات والتعديل فيها يعطي الوثيقة ثقة تامة وضبطاً حيث تضمن سلامتها من العبث.
5. إمكانية التوزيع السريع للوثيقة وفي أي مكان.	5. صعوبة نشر الوثيقة بسبب الإجراءات الطويلة التي تمر بها، وهذا قد يكون ميزة وعيباً.
6.صعوبة تحديد وتطبيق الحقوق الفكرية والقوانين الإبداعية.	6. وهنا على العكس حيث تُضمن الحقوق من ناحية الإبداع وتُضمن حقوق المؤلف.
7. التكلفة منخفضة، إذ لا توجد تكاليف تُذكر يتحملها الناشر أو المستخدم، حيث يتم الشحن عبر شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، والطباعة تتم من قبل المستخدم إذا أراد طباعة المادة بدلاً من قراءتها على الشاشة (فالمستخدم يدفع تكاليف الأوراق والحبر والتجليد بدلاً من الناشر).	7. في حين يتحمل الناشر في أثناء نشره لكتاب معين تكاليف الطبع والتوزيع والشحن.

الخلاصة

تتفاوت مزايا استخدام أشكال النشر المختلفة سواءٌ أكان المستخدَم ورقياً أم رقمياً، فبين مرونة الاستخدام، والفعالية، والسرعة، ومواكبة التطورات، والرومانسية الفكرية، والتحديث المستمر، والاختصار في النفقات، يجد الباحث أو المستخدم أو الناشر المجالَ الكافي والخيار الأمثل للانتقاء والمفاضلة بما يسمح بتلبية الرغبات البحثية لديهم، ومهما تعددت وسائل النشر وتنوعت طرائقها ولاسيما التكنولوجية منها مثل الإنترنت والوسائط والمستودعات الرقمية، فلن يفقد النشر التقليدي أهميته في تحقيق دوره في خدمة البشرية، وسيبقى له الكثير من المناصرين.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- من المهام الرئيسة التي تقع على الناشر:

A. إعداد المحتوى.

B. الترويج للمحتوى.

C. توزيع المحتوى.

D. كل ماسبق صحيح.

الاجابة الصحيحة: D. كل ماسبق صحيح.

2- تنطوي عملية النشر الصحفي على نشر:

A- الكتب.

B- الاسطوانات الصوتية.

C- الأقراص الممغنطة.

D- كل ما سبق صحيح.

الاجابة الصحيحة :(D) كل ما سبق صحيح.

3- إن عملية تصنيع المنشور أو الصحيفة تعني:

A- صنع الأفكار التي ستُنشر.

B- تحديد نسخ عديدة للمنشور.

C- توصيل المنشور إلى القراء.

D- الجانب التجاري لعملية النشر.

الاجابة الصحيحة: (B) تحديد نسخ عديدة للمنشور.

تختلف الأهداف التسويقية للصحيفة أو الكتاب باختلاف نوع:

A- الناشر.

B- نمط التأليف.

C- محتوى الصحيفة.

D- كل ما سبق غير صحيح.

الاجابة الصحيحة: (A) الناشر.

4- ما يميز النشر الإلكتروني عن النشر التقليدي:

A- إمكانية المحافظة على جودة الوثيقة الأصلية بعد التعديل عليها.

B- تطبيق الحقوق الفكرية والقوانين الابداعية.

C- التكلفة العالية التي يتحملها الناشر.

D- كل ما سبق صحيح.

الاجابة الصحيحة: (A) امكانية المحافظة على جودة الوثيقة الأصلية بعد التعديل عليها.

المراجع

1. رضا سعيد مقبل، علم المكتبات والمعلومات، حركة نشر الكتب في محافظة الإسكندرية، كلية الآداب، جامعة المنوفية، القاهرة، 2005م.
2. وائل عزت رفعت، حقوق التأليف في النشر الصحفي بحث في النظم الصحفية، مجلة جامعة أهل البيت، العدد الثاني، 2005م.
3. أبو خضرة، حسن، النشر الإلكتروني، رسالة المكتبة 23 (3) أيلول 1988م.
4. نبيل علي، اللغة العربية والحاسوب، عالم الفكر، مج 18، ع 3 أكتوبر 1987م.
5. أيمن السامرائي، عامر قنديلجي، "النشر المكتبي الإلكتروني" رسالة المكتبة، م30، ع 3 (أيلول 1995م).
6. Encyclopedia of Shami. Library, Information and Archival Terminology (online). 03/12/2012. Avaible at: http://www.elshami.com/
7. Seybold, Joh n W, Electronic publishing, OpCit, 1986.

الوحدة التعليمية الثانية

النشر الرقمي وأهميته في الصحافة

تمهيد:



أصبحنا اليوم نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي من خلال دورها في رصد الأحداث وصناعة الخبر، وهذا جنباً إلى جنب مع الصحافة التقليدية لتتجاوز بذلك القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية التي ربما بدأ العد العكسي لأفول نجمها مع تقدم عجلة الزمن.

فالصحافة الإلكترونية تحرز يوماً بعد يوم تطوراً مذهلاً في مواقعها وخدماتها، وهذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة إلكترونية تفاعلية.

لذلك وانطلاقاً من أهمية النشر الرقمي في الصحافة سنتعرف في هذه الوحدة على أسباب توجه الصحافة المطبوعة نحو النشر الرقمي وسلبياته وإيجابياته، والعوائق المرافقة لهذا النوع من النشر، إضافة إلى تطبيقاته في الصحافة.

أولاً: مفهوم النشر الرقمي (Electronic Publishing):

حتى مطلع التسعينيات من القرن العشرين كانت الإنترنت مجرد شبكة تربط أجهزة الكمبيوتر وتُستخدم في نقل وتبادل المعلومات بين الإدارات الحكومية والجامعات ومراكز البحوث، ومع ظهور الشبكة العنكبوتية (الورلد وايد ويب) وظهور شركات مزودي خدمات الإنترنت للأفراد عن طريق الاشتراك تزايد الاستخدام الجماهيري للإنترنت، وتحولت إلى وسيلة اتصال تؤدي وظائف الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، عندئذٍ خرجت ظاهرة الإنترنت من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة، وبرز ما يُسمى بالنشر الرقمي (الإلكتروني) على صعيد الصحف والمجلات ومواقع المعلومات والأخبار.

لذلك، فقد شكل التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل، تمثلت في تحول الصحيفة من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على الشاشة، وقد أخذ هذا التطور معنى جديداً شمل الشكل والمضمون والممارسة المهنية، ومن هنا فقد عُرّف النشر الرقمي بتعاريف عدة أبرزها ما أورده الدكتور أحمد بدر في كتابه علم المكتبات والمعلومات إذ عرّف النشر الرقمي أنه "الاختزان الرقمي للمعلومات مع تطويعها وبثها وتوصيلها وعرضها إلكترونياً أو رقمياً عبر شبكات الاتصال، وهذه المعلومات قد تكون في شكل نصوص وصور ورسومات يتم معالجتها آلياً"[1]، وفي السياق نفسه يعرّف الدكتور أبو بكر محمود الهوش النشر الرقمي أنه "الاعتماد على التقنيات الحديثة وتقنيات الاتصالات بعيدة المدى في جميع الخطوات التي تنطوي عليها عمليات النشر"[2].

[1] – أحمد بدر، علم المكتبات والمعلومات، دراسات في النظرية والارتباطات الموضوعية، دار الغريب، القاهرة، 1996م، ص 309.

[2] – أبو بكر محمود الهوش، التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات: نحو استراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م، ص 152.

وبشكلٍ أكثر تحديداً عرّفه بعض التيبوغرافيين أنه "النشر المطبوع الدوري للصحف (جرائد ومجلات) والنشر المطبوع غير الدوري للكتب والمطبوعات والملصقات. إلخ بالاستعانة بالحاسبات الإلكترونية في جميع خطوات ومراحل الإنتاج"[3]، أو "استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات"[4].

نستنتج مما تقدم أن النشر الرقمي هو استخدام أجهزة وأنظمة تعمل بالكومبيوتر في الابتكار، والإبداع والصف، وإعداد الصفحات وإنتاج صفحات نموذجية، وإخراجها كاملة ومنتهية، بحيث تتيح تقنيات النشر الرقمي الحديثة إمكان العرض السابق للصفحات وتحريرَها، وإعدادَ صفحات نهائية بأسلوب تفاعلي وهي لاتزال في صورة إلكترونية، وهو ما يُعرف اصطلاحاً باسم "ما تراه تحصل عليه" (What you see is what you get)، وبالتالي فإن النشر الرقمي يشمل النشر المكتبي لأن تقنيات النشر الإلكتروني تعد تطويراً لتقنيات النشر المكتبي حيث أصبحت تشمل أنظمة النصوص المتلفزة مثل التيليتيكس الذي يمثل منظومة إلكترونية يتم بواسطتها نقل المادة المطبوعة عن طريق محطة تلفزيونية.

ثانياً: أنواع النشر الرقمي وأشكاله

ميّز الباحث عبد اللطيف صوفي بين نوعين للنشر الرقمي (الإلكتروني)، "الأول هو: النشر الرقمي الموازي وفيه يكون المنشور مأخوذاً عن النصوص المطبوعة والمنشورة وموازياً لها، أي أنه يُنتَج نقلاً عنها ويوجد إلى جانبها، والثاني هو النشر الرقمي الخالص وفيه لا يكون المنشور مأخوذاً عن نصوص مطبوعة، بل يكون إلكترونياً صرفاً، ولا يوجد إلا بالشكل الإلكتروني"[5].

وتوجد اليوم أشكال متعددة للنشر الرقمي ابتداءً من الكتب والجرائد والمجلات والمقالات العلمية والبحوث الأكاديمية، وحتى أدلة الاستخدام والموسوعات، ولاسيما مع اتجاه الناشرين والأكاديميين إلى النشر الإلكتروني كأسلوب لتخفيض التكلفة، إذ إنه لا يتطلب من الناشر استخدام الورق والحبر والطباعة

[3]– نقلاً عن محمود علم الدين، تكنولوجيا الاتصال وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990م، ص 90.

[4]– حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2009م.

[5]- عبد اللطيف صوفي، المعلومات الإلكترونية والإنترنت في المكتبات، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2001.

والتصوير والتجليد والتوزيع التقليدي والتسويق، فعند وضع الوثيقة على أرشيف إلكتروني تصبح متاحة للآخرين، وهكذا تتحول المعلومات من صيغتها الورقية إلى بيئة إلكترونية في شكل أرشيف حاسوبي وشاشات عرض وأسطوانات رقمية، وتتبدل المكتبات من شكلها الحالي المتكون من فضاء ذي أرفف مملوءة بالكتب إلى بوابة إلكترونية مباشرة للمعلومات تحوي العديد من الأجهزة الإلكترونية، إضافة إلى مجموعاتها التقليدية لتشكل مزيجاً بين المعمل والمتحف.

ثالثاً: أهداف النشر الرقمي



انحصرت أهداف النشر الرقمي بداية في هدف واحد هو قدرة الشبكات على نقل الملفات النصية لخدمة الأغراض العسكرية، ثم أخذت أهداف النشر الإلكتروني تتعدى ذلك إلى المؤسسات الأكاديمية والجمعيات العلمية وغيرها بما في ذلك الأفراد، وأصبحت أهدافه تتركز في النهاية بالآتي:

1- تسريع عمليات البحث العلمي في ظل السباق التكنولوجي.
2- توفير النشر التجاري الأكاديمي.
3- وضع الإنتاج الفكري لبعض الدول على شكل أوعية إلكترونية.
4- تعميق فرص التجارة الإلكترونية.

وتُعد الأقراص المدمجة والمدونات أهمَّ وسائط النشر الإلكتروني.

رابعاً: أسباب توجه الصحافة المطبوعة نحو النشر الرقمي

هناك العديد من الأسباب التي دفعت الصحافة المطبوعة إلى دخول ميدان النشر الرقمي وإصدار طبعات إلكترونية لتحجز لها مكاناً على الطريق السريع للمعلومات، ويأتي في مقدمة هذه الأسباب ما يلي:

1. التطور المتسارع للصحافة الإلكترونية الذي جعل منها منافساً كبيراً للصحافة المطبوعة، الأمر الذي فرض على الأخيرة تطوير محتواها والتركيز على الأخبار المحلية والإعلانات المبوبة، واعتماد الدقة والمصداقية، وهي مجالات يصعب على الصحافة الإلكترونية منافسة الصحافة المطبوعة فيها.



2. التكاليف العالية لإنتاج الورق وصناعته, والتي انعكست على تكاليف الصحف والمجلات والكتب والمصادر الورقية الأخرى، إضافة إلى تكاليف اليد العاملة المطلوبة في جميع مراحل النشر التقليدي.



3. المواد الأولية والتأثيرات السلبية على البيئة، والتي تتمثل في أشجار الغابات وقلّتها باعتبارها تمثل المصادر الرئيسية في صناعة الورق المستخدم في إنتاج مصادر المعلومات التقليدية.



4. المشكلات التخزينية والمكانية للمصادر الورقية، علاوةً على طبيعة الأصول الورقية القابلة للتلف والتمزق.



5. المشكلات التوثيقية وإجراءاتها، مقارنة بالفرص التي تتيحها الحواسيب والتكنولوجيات المصاحبة لها.



6. التقدم في مجال ترقيم المعطيات من خلال تشفير المعلومة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات الرقمية من نقطة إلى أخرى من العالم من دون النظر إلى اللغة الأصلية التي كُتبت بها.



7. ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضّل الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية لما تتمتع به من خصائص فنية، وتوفيرها لكم هائل من المعلومات التي يتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.

خامساً: مزايا النشر الرقمي



ساهم اندماج وسائل النشر التقليدية بالوسائط التكنولوجية الحديثة في إحداث تغيرات واضحة وكبيرة انعكست إيجاباً على الصحيفة ورسالتها من ناحية، وعلى الجمهور المتلقي من ناحية ثانية، وبرز ذلك من خلال ما يلي:

أ- مزايا النشر الرقمي على مستوى الصحيفة:

- جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة، وتوصيلُها إلى مقر الصحيفة أو المحرر الصحفي أياً كان، وتؤدي الحاسبات الإلكترونية باندماجها مع الاتصالات السلكية واللاسلكية، والأقمار الصناعية، والألياف البصرية، دوراً بارزاً في تحقيق ذلك، ومثال ذلك الكمبيوتر المحمول وشبكات الحاسوب.
- تخزين المعلومات بشكل منظم يسهل معه استرجاعها، ولعل بنوك المعلومات الصحفية التي تستعين بأقراص الليزر المدمجة وشبكات المعلومات المحلية والدولية، أبرز النماذج

لدور الحاسبات في هذه العملية التي يُطلق عليها التوثيق الإلكتروني للمعلومات الصحفية.

- معالجة المادة الصحفية المكتوبة والمصورة والمرسومة تحريرياً، وإخراجها وتجهيزها للطبع عبر شاشات الحاسب الإلكتروني من خلال برامج معالجة النصوص والصور والرسوم.
- نشر المادة الإعلامية وتبادلها أكثر من مرة في الوقت نفسه من خلال الصحف الإلكترونية اللا ورقية، أو من خلال طباعة الصحيفة في أكثر من مكان داخل البلد الواحد وخارجه في الوقت نفسه.

مزايا النشر الرقمي على مستوى الجمهور المتلقي:

- توفير الوقت: وذلك من خلال اختصار جهد الباحث؛ لأن النشر الرقمي الإلكتروني يغنيه عن القراءة الكاملة للمحتوى ويمكّنه من الحصول على المقاطع أو المحتويات التي يريدها مباشرة.
- يتيح النشر الرقمي للباحثين إمكانية الاطلاع على محتويات المكتبات، ومراكز المعلومات، والأرشيف التي تقدم أرصدتها على شكل إلكتروني، حيث أصبح بإمكان القارئ استعمال حاسوبه الشخصي في مكتبه أو في بيته للوصول الى المعلومات التي يريدها.
- إتاحة الفرصة لمطالعة الصحف والمجلات التي تصدر في مختلف بلدان العالم عبر الإنترنت وفور صدورها.
- سهولة الرجوع إلى المصادر "البيبليوغرافية"[6] المستخدمة من طرف المؤلفين؛ لأن النص الإلكتروني يتوفر على حواشٍ يمكن للقارئ وبمجرد النقر عليها بمؤشر جهاز الكمبيوتر الحصول على المصدر البيبليوغرافي المستخدم وتصفحُه ثم العودة إلى النص الذي هو بصدد مطالعته.

[6] بيبليوغرافيا تعني نسخ أو كتابة الكتب، وصف وتاريخ الكتب من ناحية التأليف والطباعة والنشر وغير ذلك، قائمة بالكتب الخاصة بمؤلف أو ناشر أو وطن أو فكرة معينة أو موضوع معين.

سادساً: التحديات المرافقة للنشر الرقمي:

ترافق مع ظهور وتطور النشر الرقمي العديد من العوائق والتحديات نذكر منها:



1- حقوق الملكية الفكرية: وهي من أكثر وأخطر المشكلات المترتبة عن اتساع رقعة النشر الرقمي، وذلك لأن أغلبية التشريعات المطبقة في مختلف الدول لم تستطع بعدُ ضمانَ حماية لحقوق المؤلفين أمام القرصنة والنسخ غير القانوني لمؤلفات دون علم أصحابها.



2- ارتفاع تكلفة اقتناء الأجهزة اللازمة للاستفادة من خدمات النشر الرقمي كالحواسيب، ومختلف الوسائط الإلكترونية الحديثة، إضافة إلى رسومات الاشتراك في الإنترنت وسائر شبكات المعلومات الأخرى، ولاسيما بالنسبة إلى الفرد الواحد، أما إذا تعلق الأمر بشركة أو مؤسسة فقد يصبح عبء التكاليف أقل تأثيراً.



3- مشكلة اللغة: فإن نسبة كبيرة من قواعد المعلومات على الخط المباشر أو أقراص الليزر تكون بلغة لا يتقنها الباحث أو المستعمِل، وقد يزيد الأمر تعقيداً في حالة عدم توفر ترجمة للمحتوى المقروء إلى لغة القارئ.



4- خطر الفيروسات التي يقوم قراصنة المواقع بإدخالها، وتؤدي إلى تخريب البيانات المتوافرة داخل مواقع الناشرين من طرف القراصنة "HACKER'S" المتسللين إلى برامج الكمبيوتر وهي اعتداءات أصبحت تشكل خطراً كبيراً على النشر الإلكتروني وحماية محتويات الأوعية الحاملة للمعلومات.

الخلاصة

لا شك أن النشر الرقمي يزداد بسرعة كبيرة، إذ يسمح بتوزيع المعلومات ونشرها بتكلفة بسيطة، ويجسد وسط اتصال فعالاً لا يمكن توفيره بسهولة في ظل التقنيات المعتمِدة على الورق، وبالرغم من أن النشر الإلكتروني قد لا يلغي النموذج المعتمِد على الورق ولكنه سيشكل رافداً مهماً لتلبية احتياجات المستخدمين، ولاسيما إذا أخذنا بعين الاعتبار أن الهدف الأساسي لأي نظام معلوماتي هو استغلال المعلومات واستثمارُها للنهوض بمستويات التعليم، وتشجيعُ المساهمة في اتخاذ القرار لتقدم البشرية.

وتتعاظم أهمية النشر الرقمي كلما اتسعت الشبكة المعلوماتية (الإنترنت)، فحجم المعلومات المتوافر بها مذهل ويزداد مستخدموها بالآلاف كل يوم، كما تعمل التقنيات الحديثة على إحداث تحولات جوهريةً في عملية نشر وتوزيع المعلومات، وهي تشكل أساساً لمجتمع المعلومات الجديد.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- النشر الرقمي للصحف يعني:

A- الاختزان الرقمي للمعلومات وعرضها على شبكات الاتصال.

B- اعتماد تقنيات الاتصال الحديثة في جميع خطوات عمليات النشر.

C- استخدام الحاسبات الالكترونية في جميع مراحل إنتاج الصحيفة.

D- كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

2- من أهداف النشر الرقمي:

A- توسيع نطاق التجارة الإلكترونية.

B- ضبط عمليات البحث العلمي.

C- الحفاظ على الإنتاج الفكري بشكله التقليدي.

D- كل ما سبق غير صحيح.

الإجابة الصحيحة: A. توسيع نطاق التجارة الالكترونية

3- من المزايا التي يحققها النشر الرقمي على مستوى الجمهور المتلقي:

A- طباعة المادة الإعلامية ونشرها داخل البلد وخارجه.

B- معالجة المادة الإعلامية الكترونياً.

C- الاطلاع على محتويات المكتبات ومراكز المعلومات.

D- كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: **C**. الاطلاع على محتويات المكتبات ومراكز المعلومات.

4- من التحديات والعوائق التي تواجه النشر الرقمي:

A- عدم ضمان حماية حقوق المؤلفين.

B- خطر الفيروسات وتخريبها للبيانات المتوافرة.

C- ارتفاع تكاليف النشر الرقمي .

D- كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: **D**. كل ما سبق صحيح.

المراجع

1. أحمد بدر، علم المكتبات والمعلومات، دراسات في النظرية والارتباطات الموضوعية، دار الغريب، القاهرة، 1996م.
2. أبو بكر محمود الهوش، التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات: نحو استراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م.
3. محمود علم الدين، تكنولوجيا الاتصال وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990م.
4. حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2009م.
5. عبد اللطيف صوفي، المعلومات الإلكترونية والإنترنت في المكتبات، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2001.

الوحدة التعليمية الثالثة

الاتجاهات الحديثة في الإنتاج الصحفي

تمهيد:



شهد الربع الأخير من القرن العشرين نقلة نوعية في وسائل الاتصال وتكنولوجيات المعلومات، كان من أبرز مظاهرها هيمنة الحاسبات الآلية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية على شكل الاتصال ومحتواه، وقد تأثرت صناعة الصحف إلى حد كبير بهذه المستحدثات التكنولوجية

وبخاصة حينما أخذت الحاسبات الآلية تحتل مكانها تدريجياً في صالات التحرير، وتُحدِث تحولات عدة ارتبط بعضها بالوسيلة الصحفية ذاتها والعمليات المتعلقة بإنتاجها على المستويين التحريري والإخراجي.

ومن خلال ما سيتم عرضه في هذه الوحدة سنتعرف على مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال ولاسيما الحاسب الآلي على فن التحرير الصحفي، ومبررات اعتماد الصحف على تكنولوجيا الاتصال في مجال الإنتاج الصحفي.

أولاً: استخدام الحاسب الآلي في التحرير الصحفي

كانت عملية التحرير الصحفي تتم في الماضي بشكل يدوي باستخدام الورقة والقلم من قبل المحرر لتصويب الأخطاء التحريرية (لغوية – أسلوبية – معلوماتية) داخل النص، ومع اتجاه العمل الصحفي بشكل سريع ومتزايد نحو الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال أصبحت هذه العملية تتم آلياً على إحدى شاشات الحاسب الآلي ضمن أنظمة النشر المكتبي داخل مقر الصحيفة فيما يُعرف بالتحرير الإلكتروني، والذي يتم في إطار أنظمة شبكية[1].

ومع الوقت أصبحت تشكل الحاسبات الإلكترونية المرتكز الرئيسي المؤثر على تكنولوجيا الاتصال عامة وتكنولوجيا الإعلام بوجه خاص من خلال المعارف التي توفرها والبرامج والأدوات التقنية التي تساعد على تحقيق العديد من الفوائد على صعيد التحرير الصحفي أبرزها:

1- جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة وإيصالها إلى مقر الصحيفة ومن ثم إلى المحرر الصحفي أياً كان، وتلعب الحاسبات الإلكترونية باندماجها مع الاتصالات السلكية واللاسلكية والأقمار الصناعية والألياف البصرية وأشعة الليزر دوراً أساسياً في تحقيق ذلك، وذلك كالكمبيوتر المحمول وشبكات الحاسوب، مثال: إن اعتماد الصحف على الحاسوب في عملية التحرير الصحفي أثّر في طريقة تلقي الأخبار اليومية من وكالات الأنباء التي تشترك معها الصحيفة ولاسيما بعد أن أصبحت تستقبل تقارير وكالات الأنباء عن طريق وسيط أنباء

[1] أمل محمد خطاب: تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، الطبعة الأولى، القاهرة: دار العالم العربي, 2010, ص 81.

وهو نظام لمعالجة الأخبار الواردة من الوكالات يقوم باستقبال الأخبار وتوزيعها أوتوماتيكياً على المحررين، فالمحرر يملك خيار الاطلاع على جميع الأخبار الواردة إلى الصحيفة دون تحديد موضوعي أو جغرافي، ويملك أيضاً خيار الاطلاع على الأخبار التي تهمه فقط، فالمحرر الذي يهتم بالأخبار العلمية أو المسؤول عن صفحة العلوم يستقبل الأخبار والتحقيقات التي لها علاقة بموضوع صفحته فقط، وهو غير معني بالأخبار السياسية التي تبثها وكالات الأنباء للصحيفة التي يعمل بها، وطبعاً هذا يعتمد على التعليمات التي يزود بها الحاسوب، والتي تساعد على توزيع الأخبار وتصنيفها حسب الموضوع والمكان ومصدر المادة الصحفية.

2- تخزين المعلومات بشكل منظم يسهل معه استرجاعها، ولعل أبرز النماذج لدور الحاسبات في هذه العملية التي يُطلق عليها التوثيق الإلكتروني للمعلومات الصحفية مراكز المعلومات الصحفية التي تستعين بأقراص الليزر المدمجة وشبكات المعلومات المحلية والدولية.

3- معالجة المادة الصحفية المكتوبة والمصورة والمرسومة تحريراً، وإخراجها وتجهيزها للطبع من خلال برامج معالجة النصوص والصور والرسوم.

مثال: اعتماد الصحف على الحاسوب أثّر في طريقة استقبال الصور من الوكالات المتخصصة، فالصور يستقبلها وسيط صور يسمح للمحرر بالبحث عن صور معينة، ويسمح له أيضاً باختيار الصورة المناسبة لنصه الصحفي، ومن ثم تحويلها بواسطة الشبكة الداخلية إلى مصمم الصفحة بعد إعطائه رقم الصورة المطلوبة، بعدها يقوم المصمم بجلب الصورة إلكترونياً، ويضعها في مكانها المحدد داخل الصفحة.

4- النشر الدولي للصحيفة، فاليوم تُرسل الصفحات كلها من مكان إنتاج الصحيفة إلى مواقع الطباعة في البلدان التي تُطبع أو تصدر فيها الصحيفة بواسطة قنوات الأقمار الاصطناعية، وهذا انعكس إيجاباً على نشر المادة الإعلامية وتبادلها أكثر من مرة من خلال طباعة الصحيفة في أكثر من مكان داخل البلد الواحد وخارجه في الوقت نفسه.

وهكذا نجد أن اندماج الصحف المطبوعة بالوسائط التكنولوجية الحديثة قد ساهم كثيراً في إحداث تغيرات كبيرة انعكست إيجابياً على طبيعة الصحيفة ورسالتها، وامتدت هذه التغيرات لتطال الجمهور المتلقي.

المحرر الصحفي في ظل التطور التكنولوجي:

في ظل التطور التكنولوجي أصبح بإمكان المحرر الصحفي تحرير الأصول الصحفية وكتابة العناوين، وتصميم وإخراج الصفحات وإعدادها لأكثر من وسيلة إعلامية في الوقت نفسه، كأن يحرر نسخة من موضوعه للصحيفة الورقية ثم يعيد تكييفها في صورة نسخة إلكترونية بإضافة لقطات الفيديو والمقاطع السمعية إليها، لتكون جاهزة للإذاعة في شبكات التلفزيون ومحطات الراديو ثم ينتج منها نسخة رقمية أخرى تصلح للموقع الإلكتروني، وهذا بالضبط ما يقوم به المحررون حالياً في صحيفة الحياة التي دخلت في شراكة مع قناة LBC اللبنانية.

إن تحول الصحف إلى نظام التحرير الإلكتروني انعكس على طبيعة العلاقة بين المحررين في الصحيفة والكتّاب من خارجها من ناحية، ومراسليها من ناحية أخرى، حيث أصبح المحررون اليوم يستخدمون الأدوات التكنولوجية الحديثة في التعامل مع الكتّاب، ويطالبونهم بالإلمام بالطرق المختلفة للتعامل مع هذه التكنولوجيا الجديدة، فبعد أن كان الفاكس هو الأداة التكنولوجية الأساسية التي يستخدمها الكتّاب في إرسال موادهم المكتوبة إلى الصحيفة أصبحوا اليوم مطالبين باستخدام ما توفره تكنولوجيا الحاسبات من أدوات أنظمة الفاكس الملحقة بالحاسبات، واستخدام أنظمة البريد الإلكتروني، كما ينطبق الأمر نفسه على مراسلي الصحيفة الذين يعملون في مكاتبهم المحلية أو مكاتبها بالعواصم المحلية.

ثانياً: الحاسب الآلي تكنولوجيا مساعدة في الإنتاج الصحفي:

يعود تاريخ استخدام الحاسب الآلي في العمل الصحفي إلى ستينيات القرن العشرين إذ لجأت المؤسسات الصحفية الأمريكية آنذاك إلى استخدام الحاسبات الآلية في تطوير عملية إنتاج الصحيفة لإنقاذها من الضغوط والسلبيات والعقبات التي واجهتها خلال تلك الفترة، فتم توظيف الحاسبات الإلكترونية في كل خطوة من خطوات إنتاج الصحيفة أو مراحل النشر الصحفي بحيث شملت صف الحروف للمادة التحريرية والمراجعة والتصحيح، وإخراج الصفحات (التوضيب والتجهيز والطباعة)، الأمر الذي انعكس إيجاباً على تطور العملية الإنتاجية للصحيفة من خلال الدور الكبير الذي لعبه الحاسب في نقل المادة الصحفية إلى الجمهور، وزيادة نسبة متابعي الصحافة على شبكة الإنترنت، سواء أكانت ورقية أم إلكترونية، وهذا بدوره ساعد على الاتصال بالقراء وتعميق العلاقة معهم عبر الوسائل التفاعلية، علاوة على ما توفره شبكات الحاسوب من خدمة الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير، والانضمام أيضاً إلى جماعات صحفية وإخبارية وتبادل الخبرات معها.



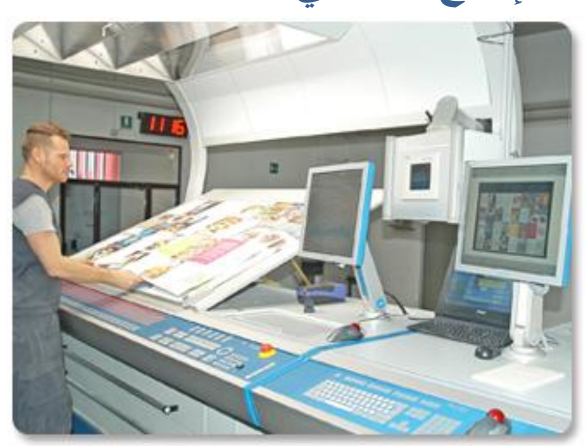
وفي هذا المجال أكدت تجربة الصحف الأوروبية في الإنتاج الصحفي أن استخدام الحاسب الآلي بات أحد أهم المحاور التي تربط الإعلام بالتكنولوجيا الحديثة، كما شكل جوهر العملية الإنتاجية في مجال صناعة الصحافة، ولاسيما بعد أن ازدادت نسبة اعتماد الصحف على الحاسب في عملية إنتاج المواد المقروءة والمرئية ودمجها معاً لتقديم صفحات متكاملة من المطبوعات المختلفة، إذ استطاع الحاسب الآلي إثبات كفاءته من حيث الدقة والتفوق على آلات الطباعة.

يُستدل مما تقدم أن تكنولوجيا الحاسب الآلي قد أحدثت تغيّرين بارزين في مجال الإنتاج الصحفي: الأول تمثل في زيادة تركيزها على الآلة وهو ما قلل من فرص الخطأ البشري الذي كان واضحاً في مراحل الإنتاج التقليدية اليدوية، أما التغير الثاني فقد جعل المنتج الصحفي محل ثقةِ واعتماد القراء، ولاسيما بعد أن تبددت المخاوف من تأخر صدور الصحيفة عن موعدها، إلى جانب الدقة والنظام والسرعة التي أحدثتها التكنولوجيا الجديدة في المنتج الصحفي اليومي.

تدريب:

مما سبق حاول أن تستنتج الأسباب التي دعت المؤسسات الصحفية إلى اعتماد الحاسب الآلي في عملية إنتاج الصحيفة.

ثالثاً: سلبيات التكنولوجيا الحديثة في مجال الإنتاج الصحفي



على الرغم من الحضور المميز لوسائل التكنولوجيا الحديثة إلا أنه برزت العديد من الآثار السلبية لهذه التقنيات على الصحافة أبرزها:

1- تراجع عنصر الإبداع الفردي في العمل الصحفي بسبب تزايد الاعتماد على التقنية كوسيلة لتنفيذ الكثير من المهام.

2- عدم التمييز بين الصحفيين المحترفين والدخلاء على المهنة.

3- تراجع دور الصحافة كحارس بوابة تقليدي، وكمفسر للأحداث والمعلومات، حيث تؤدي التقنيات الحديثة إلى ربط القراء بالمصادر الإخبارية الأساسية، وهو ما يزيد من دور القوى التجارية في تحديد توجهات المادة الصحفية ومضامينها.

4- التعارض بين الإبداعية الموروثة في عملية التصوير والتدخلات الرقمية في معالجة الصورة وإمكانية استغلالها بشكل غير أخلاقي.

5- عدم إمكانية حصول نسبة كبيرة من القراء على الابتكارات التكنولوجية الحديثة، وبالتالي عدم إمكانية التواصل مع الآخرين.

6-يطرح التقدم التكنولوجي على الصحافة جوانب سلبية وإشكالات عدة على مستوى الدقة والجودة في المعلومات، وهذا المستوى قد يكون سلبياً أو إيجابياً حسب نية الإعلام في ظل التقدم التكنولوجي، حيث إن التغيرات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيا والاندماج بين وسائل الاتصال جعل من الصعوبة وضعَ إطار محدد لفهم شكل وطبيعة الوسائل الجديدة، وتأثيرها بصفة عامة على العمل الصحفي.

7- إن الوسائل الحديثة تركز على شكل المادة الصحفية وطرق إخراجها وهو ما يثير من جديد قضية المضمون المقدم وطبيعته وتوجهاته، وأيهما أولى بالاهتمام: الشكل أو المضمون.

تدريب:

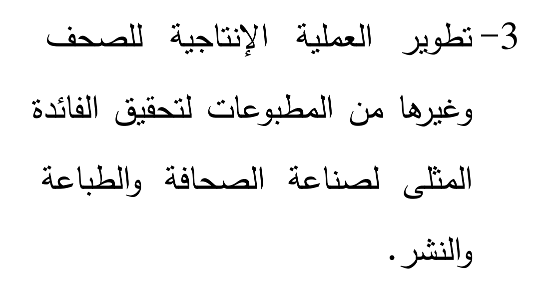
من خلال قراءتك لسلبيات التكنولوجيا على الصحافة حاول أن تتبين أياً من تلك السلبيات تشكل خطورة على عملية الإنتاج الصحفي؟

رابعاً: مبررات إدخال التكنولوجيا في مجال الإنتاج الصحفي

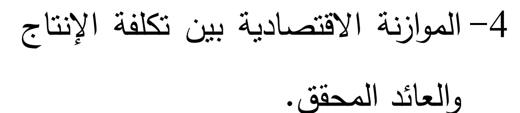


1- مواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام.

2- مواكبة عصر ثورة المعلومات والاتصالات.



3- تطوير العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المثلى لصناعة الصحافة والطباعة والنشر.



4- الموازنة الاقتصادية بين تكلفة الإنتاج والعائد المحقق.



5- إعادة تخطيط المهام والمسؤوليات في الحقل الصحفي بما يناسب روح العصر.

6- إضافة إلى الدور الذي تلعبه التقنيات الرقمية الحديثة كمساعد في الإنتاج الصحفي، فقد أصبحت تدخل في العملية الإنتاجية بشتى مراحلها بدءاً من عملية تجميع المعلومات وبثها إلى الصحيفة، وانتهاءً بعملية نشر المعلومات الصحفية ونقلها وتداولها.

7- الدور الكبير الذي تقوم به الحواسيب والشبكة المعلوماتية بنقل المادة الصحفية إلى الجمهور.

8- تطويع التكنولوجيا الحديثة لتكون عاملاً مساعداً للإنسان في العمل الصحفي بدلاً من أن يكون غريباً عنها.

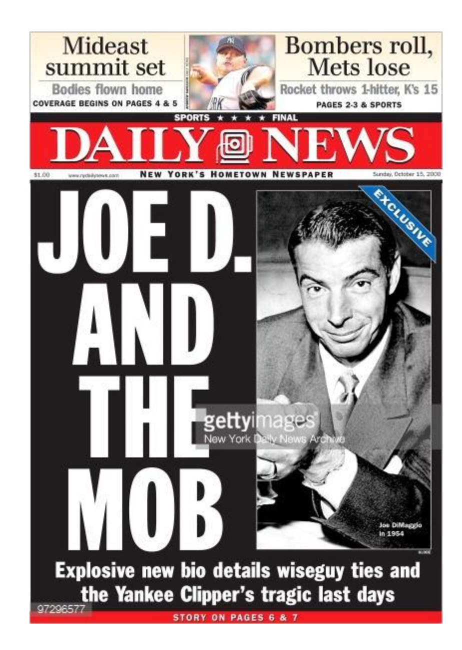
خامساً: تجارب الصحافة العالمية في الإنتاج الصحفي

صحيفة الويك إند:



في نهاية القرن العشرين تقريباً أدخلت بعض الصحف الأمريكية نظام الإنتاج الإلكتروني، والذي أثبت نجاحاً سريعاً إذ أصبحت تكنولوجيا الطباعة غير مكلفة وغير مرهقة للبيئة، ومن أبرز الصحف الأمريكية التي كان لها قصَب السبق في البدء بالإنتاج الإلكتروني هي صحيفة الويك إند الأمريكية التي قررت إصدار عددها عام 1993 بعد أن أصبحت تجهيزاتها الطباعية رقمية، واستطاعت إتمام الطبع من واقع البيانات الرقمية التي توافرت لها لتكون الصحيفة الوحيدة وقتذاك التي تعمل بهذا النظام من حيث استخدام جهاز التحرير لأجهزة الماكنتوش، وبرامج كوارك إكسبرس، وبرنامج الفوتوشوب وغير ذلك.

صحيفة النيويورك ديلي نيوز:



Mideast summit set
Bodies flown home
COVERAGE BEGINS ON PAGES 4 & 5

Bombers roll, Mets lose
Rocket throws 1-hitter, K's 15
PAGES 2-3 & SPORTS

SPORTS ★ ★ ★ ★ FINAL

DAILY NEWS

NEW YORK'S HOMETOWN NEWSPAPER

EXCLUSIVE

JOE D. AND THE MOB

Joe DiMaggio in 1954

Explosive new bio details wiseguy ties and the Yankee Clipper's tragic last days

STORY ON PAGES 6 & 7

استخدمت نظاماً مجهّزاً بحاسبات مزودة بشاشات، ويتكون النظام من 239 جهازاً، ووضعت حاسبين مركزيين للبيانات حتى لا تتأخر عن الصدور، فإذا تعطل جهاز عمل الآخر، ويشمل النظام أيضاً وحدة العرض وإخراج الصفحات.

صحيفة الميتروبوليتان الأمريكية:


FREE

METRO

Who robbed the cans? The 'Mug'

JACKO'S CURTAIN CALL

INSIDE TODAY

Our Larushka gives verdict on Watchmen

PLUS

Duplicity: See it first for FREE

HELP METRO HELP THE ENVIRONMENT. RECYCLE THIS NEWSPAPER TODAY

تولى المحررون فيها إعداد موادهم على الشاشة مباشرة بعد أن أدخلت نظاماً آلياً للإنتاج يسمح لهم بالتعديلات اللازمة من حذف أو إضافة، ثم يتم بعد ذلك نقل المواد إلى المشرف العام على التحرير، ويقوم متلقي الإعلانات بإعدادها كما يريدها المعلنون، وإعدادها جميعاً لتظهر الصفحات كاملة على الشاشة، ويقوم نظام الإنتاج السابق بشطب الإعلانات التي سبق نشرها آلياً لتظهر فقط على الشاشة الإعلانات التي تُنشر في الصحيفة تباعاً.

ويشمل النظام قائمة حسابية ضخمة حول الأسعار، وأحجام الإعلانات ومساحاتها وأسعارها، ويمكن إخبار المعلنين بها أولاً بأول، وبعد تجميع العناصر التحريرية والغرافيكية والإعلانات معاً على الشاشة تتحول مكونات الصفحة بالكامل إلى لوح طباعي جاهز لعملية الطبع.

الخلاصة

إن دخول الحاسوب إلى الصحيفة اليومية حمل الكثير من التغيير في سير العمل داخل غرف التحرير وغرف الإنتاج والتصميم والإخراج، ولكن يجب أن نفرق بين استخدام الحاسوب كطابعة للمادة الصحفية، واستخدامه كمنتِج للمادة الصحفية، ففي الحالة الأولى يقوم المستخدم بطبع النص الصحفي، ومن ثم فإن الحاسوب ينفذ دور الطابعة type writer فقط أما في الحالة الثانية فإن الحاسوب فضلاً عن دور الطابعة ينفذ عمليات لها علاقة بتصميم الصحيفة وإخراجها وتوزيع المواد الصحفية من نصوص وصور ورسومات داخل الصفحات، ومن ثم فإن أثر استخدام التكنولوجيا في الصحف يمكن ملاحظته في أمرين: الأول هو التأثير في مستوى أسلوب العمل داخل الصحيفة، والثاني فهو التأثير في مستوى تخزين النصوص المنشورة واسترجاعها.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- ساعد استخدام الحاسب الآلي في التحرير الصحفي على:

A. تصويب أخطاء المادة الصحفية بشكل يدوي ضمن أنظمة النشر المكتبي.

B. استقبال تقارير وكالات الأنباء وتوزيعها أوتوماتيكياً على المحررين.

C. الاستغناء عن تخزين المعلومات وأرشفتها.

D. كل ما سبق غير صحيح.

الإجابة الصحيحة: B. استقبال تقارير وكالات الأنباء وتوزيعها أوتوماتيكياً على المحررين.

2- انعكس التطور التكنولوجي على عمل المحرر الصحفي من خلال:

A. تحرير الأصول الصحفية وإخراجها لوسيلة إعلامية محددة.

B. استخدام الفاكس في التعامل مع الكتاب من خارج الصحيفة.

C. تحرير عدة نسخ من موضوعه للصحيفة الورقية ثم تكييفها في صورة نسخ الكترونية.

D. توثيق علاقات الإلفة والصداقة مع زملاءه المحررين في الصحيفة.

الإجابة الصحيحة: C. تحرير عدة نسخ من موضوعه للصحيفة الورقية ثم تكييفها في صورة نسخ الكترونية.

3-من الأسباب التي دعت المؤسسات الصحفية إلى اعتماد الحاسب الآلي في عملية إنتاج الصحيفة:

A. تفوق الحاسب الآلي على آلات الطباعة من حيث الكفاءة والدقة.

B. الضغوط التي كانت تتعرض لها عملية إنتاج الصحيفة.

C. تقديم صفحات متكاملة من المطبوعات المختلفة.

D. كل ماسبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: (C). تقديم صفحات متكاملة من المطبوعات المختلفة.

4-اعتماد التكنولوجيا الحديثة في مجال الإنتاج الصحفي ساعد على:

A. تطوير الإبداع الفردي في العمل الصحفي.

B. تمييز الصحفيين المحترفين عن الدخلاء على المهنة.

C. التركيز على شكل المادة الصحفية وطرق إخراجها على حساب مضمونها.

D. حصول نسبة كبيرة من القراء على الابتكارات التكنولوجية الحديثة.

الإجابة الصحيحة: C. التركيز على شكل المادة الصحفية وطرق إخراجها على حساب مضمونها.

5- من أبرز الصحف الأمريكية التي كان لها قصب السبق في اعتماد الإنتاج الإلكتروني لصفحاتها:

A- النيويورك ديلي نيوز.

B- الويك ايند.

C- الميتروبوليتان.

D- بنسلفانياجازيت.

الإجابة الصحيحة: (B). الويك ايند.

المراجع

1. أمل محمد خطاب: تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، الطبعة الأولى، القاهرة: دار العالم العربي، 2010.

الوحدة التعليمية الرابعة

الخطوات العملية لإصدار صحيفة مطبوعة



تمهيد:


THE TIMES

THE TIMES

How to improve your memory

University chiefs scorn Miliband's fees policy

Britain isn't ready for Charles and his activism, fears Queen

للصحيفة المطبوعة أهميتها الاتصالية وتأثيرها الكبير في المجتمع نظراً للخصائص المهمة التي تجعلها تتفوق في بعض المجالات على غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، ويأتي في مقدمة هذه الخصائص اختيار القارئ لوقت قراءتها وإعادة الاطلاع على مضامينها، إضافة إلى طبيعة الصحيفة المطبوعة التي تنطوي على الاهتمام بالتحليل والتفاصيل الدقيقة التي تتفق مع الدراسات المسهبة، لذلك يمكننا القول إن تطور الصحيفة المطبوعة يمثل مرآة ينعكس عليها تطور أذواق قرائها وحاجاتهم التي تسنى لها أن تلبيَها، وأبرز دليل على ذلك هو التغيير الذي نلاحظه في صحافة اليوم على شكل الصحف ومضمونها.

وانطلاقاً من ذلك سنتناول في هذه الوحدة الدرسية مفهوم الصحيفة المطبوعة، والإجراءات المطلوبة لترخيص مطبوعة دورية، كما سنتعرف على حقوق وواجبات الناشر الصحفي، وأهمية التحرير الصحفي كعملية تمثل إحدى الخطوات الرئيسة في إصدار الصحيفة.

أولاً: مفهوم الصحيفة المطبوعة



أُطلق مفهوم الصحافة المطبوعة على الدوريات المطبوعة فقط أي تلك التي ظهرت بعد اكتشاف المطبعة وابتكار الألماني "غوتنبرغ" الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة في منتصف القرن الخامس عشر، وهذا يعني شمول مفهوم



الصحافة المطبوعة لكل ما يصدر عن المطبعة بشكل دوري ومنتظم (كتيبات – مجلات – ملصقات، إلخ)، ولكن ما يميز الصحيفة المطبوعة عن باقي المطبوعات الأخرى هو تصميمها، وانتظامها الزمني، ودورية صدورها، ومواضيعُها التي تحاكي آخر المستجدات والتطورات، وبهذه السمات يمكن

تمييز الصحيفة المطبوعة عن الصحف المنسوخة التي كانت تصدر قبل اختراع الطباعة، إضافة إلى تمييزها عن الوسائل السمعية والبصرية كالراديو والتلفزيون والسينما من نواحٍ عدة أبرزها:

1– إنها مطبوعة دورية يفصل فاصل زمني ثابت بين كل عدد وآخر، فتكون الصحيفة يومية أو أسبوعية أو شهرية. إلخ، تمييزاً للصحيفة عن الكتاب الذي هو مطبوع أيضًا، ولكنه غير دوري.

2– تصدر تحت اسم ثابت من عدد إلى آخر، بحيث يتواصل القارئ مع الأعداد المتوالية من الصحيفة ذاتها.

3– تتصف بصفة منتظمة أو غير منتظمة بمعنى ألا يتوقف أحد أعدادها عن الصدور، ولكن قد تمر بالصحف أزمات أو ظروف طارئة لم تكن في الحسبان كعطل في آلات الطباعة أو انقطاع التيار الكهربائي، أو حريق في مبنى الصحيفة، وهنا فالصحيفة قد تتوقف أي لا تنتظم في الصدور، ولكن عدم الانتظام في هذه الحالة لا ينفي كون الصحيفة صحيفةً.

وعلى هذا النحو يمكن عد الصحافة المطبوعة أبرز الإنجازات التكنولوجية للمرحلة الثالثة التي جاءت بعد المرحلتين السمعية والخطية، والتي اتفق الباحثون على تسميتها بالمرحلة الطباعية التي تضم الوسائل التي تستخدم الكلمة المطبوعة والمكتوبة بوجه عام، لذلك يسميها بعض الباحثين "الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية"[1]، في إشارة منهم إلى اعتمادها على الورق المطبوع التقليدي في نقل محتوياتها للقراء.

وبناءً على ذلك فقد وردت تعريفات كثيرة للصحافة المطبوعة أبرزها ما قدمه الدكتور فاروق أبو زيد إذ يرى أنها "وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال بالجماهير تتميز بكونها دورية مطبوعة تصدر بشكل

[1] – أشرف صالح ومحمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004م.

منتظم في مواعيد ثابتة متقاربة أو متباعدة"[2]، أو هي "المطبوعات الدورية التي غالباً ما تكون يومية تتضمن مواد تتعلق أساساً بالوقائع والأحداث الراهنة، السياسية والاقتصادية، والاجتماعية والثقافية والرياضية."[(3)].

يُستدل مما تقدم أن مفهوم الصحافة المطبوعة يُطلق على المطبوع الدوري الذي يتخذ اسماً معيناً، ويصدر بصفة منتظمة أو غير منتظمة، يحمل للقراء الأنباء والآراء، فضلاً عن كونه وسيلة للإبلاغ ونشر الأخبار، وشرحها والتعليق عليها.

ثانياً: الإجراءات المطلوبة لترخيص مطبوعة دورية

هناك مجموعتان من الخطوات والعمليات الواجب العمل عليها لإصدار صحيفة مطبوعة (جريدة أو مجلة):



المجموعة الأولى: وتتضمن الخطوات الاستراتيجية المتوازية التي تنطوي على القرارات والإجراءات والعمليات التي يجب أن تُتخذ قبل الإصدار نظراً لأهميتها وتأثيرها طويل المدى على توجه الصحيفة وأدائها لعملها، وتشمل الخطوات التالية:

1. تحديد رسالة الصحيفة Mission أو المهمة الأساسية التي تسعى الصحيفة إلى تحقيقها بشكل محدد في إطار رسالتها.
2. تحديد الجمهور ومعرفة احتياجاته، وذلك من خلال دراسات ميدانية تجري على عينات من الجمهور المستهدف من الإصدار، ويُستعان هنا بتقنية بحوث الجمهور بأنماطها المختلفة.

---

2 – فاروق أبو زيد، مقدمة في علم الصحافة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م.

3 – أديب خضور، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، (دمشق: الإصدارات الشخصية الخاصة، ط2، 2000م)، ص 10.

3. دراسة الصحف المنافسة، وذلك من خلال عملية تحليل مقارن لمحتوى وشكل الصحف المنافسة أو الصحف المشابهة للصحيفة التي يخطَّط لإصدارها.
4. اختيار اسم الصحيفة وشعارها، واسم الصحيفة هو ملك قانوني لها، لا ينبغي أن يكون تكراراً لاسم آخر، وفي الوقت نفسه ينبغي أن يكون سهلاً وبسيطاً وواضحاً ومعبراً عن غرض الصحيفة وهدفها بقدر الإمكان.
5. تحديد دورية الصدور، وهي قد تكون يومية أو أسبوعية أو أقل من الأسبوع بالنسبة للجرائد، وأسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية بالنسبة للمجلات، مع الأخذ في الاعتبار تباعد دورية صدور المجلة مع ميلها إلى التخصص.
6. تحديد السياسة التحريرية للصحيفة، وهي ترجمة لرسالة الصحيفة وأغراضها وهدفها من الصدور، وتجيب عن سؤالين: ماذا أنشر؟ وكيف أنشر؟ كما أنها تتصل بشخصية الصحيفة وتوجهها التحريري، محافِظة أو شعبية أو معتدلة.
7. وضع التصميم الأساسي للصحيفة، وهو الشكل الثابت أو المظهر الذي يتسم بالثبات النسبي لمحتويات الصحيفة ويتضمن: القَطْع: عدد الصفحات وشكل الصفحة الأولى والتبويب، ونوع الورق ولونه، وأحجام الحروف ونوعها، ونمط توظيف الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية.
8. تحديد النظام الإنتاجي للصحيفة، بمعنى هل ستعتمد الصحيفة على الأسلوب اليدوي التقليدي في صف الحروف وتجهيز الصور والرسوم والإخراج أو ستستعين بالحاسبات الإلكترونية في كل مراحل الإنتاج؟ وهل سيتم إصدار نسخة إلكترونية Online edition من الصحيفة على قاعدة بيانات أو شبكة معلومات؟ ولاسيما بعد أن شهدت الساحة الإعلامية حضوراً كبيراً لأنظمة متكاملة لإصدار الصحف الإلكترونية تعتمد على الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات الحديثة.
9. اختيار الكادر البشري المؤهل وتوزيعه على الأقسام المختلفة، وهذا الكادر الصحفي ينبغي أن يغطي قطاعات الصحيفة الثلاثة: القطاع التحريري، والقطاع الفني، والقطاع الإداري، وتبدأ تلك العملية باختيار رئيس التحرير وكبار معاونيه، ثم اختيار أفراد الجهاز التحريري والإنتاجي والاقتصادي (المالي والإداري، والتوزيع والإعلان).

10. اختيار الشكل القانوني للإصدار، هل ستكون شركة مساهمة أو مشروعاً فردياً؟ أو ستصدر عن مؤسسة قائمة كإصدار جديد لها أوعن هيئة أو جهة رسمية أو شعبية أو حزب سياسي؟
11. وضع الميزانية التقديرية للصحيفة وحساب التكاليف، وتتضمن: التكاليف الثابتة مثل المباني والمنشآت والتجهيزات وما تحتاج إليه مثل الكهرباء والاتصالات والسيارات، والتجهيزات الإنتاجية، والتكاليف المتغيرة كالورق والأحبار والألواح الطباعية والأفلام وغيرها، والأجور.
12. الحصول على ترخيص قانوني للإصدار أو التقدم بإخطار، وذلك وفقاً للنظام المتبع للإصدار من الناحية القانونية، وللاطلاع والاستزادة (الملحق رقم /1/ يتضمن الشروط المطلوبة لترخيص صحيفة مطبوعة في سورية).

المجموعة الثانية: وتتمثل في الإجراءات والخطوات والمراحل التي تتم بشكل دوري يومي أو أسبوعي حسب دورية إصدار الصحيفة وتُقسم إلى قسمين:

القسم الأول: ويشمل الخطوات والعمليات اللازمة لإصدار الأعداد التجريبية (الأعداد زيرو) من الصحيفة، وهي على الشكل التالي:

- تدبير التمويل اللازم للإصدار من خلال رصد ميزانية ثابتة للصحيفة من التمويل المتاح، أو من خلال طرح أسهم المؤسسة الصحفية للاكتتاب العام، أو الحصول على قروض أو تسهيلات بنكية.
- توفير المقر والتجهيزات التكنولوجية المختلفة للإصدار، وهنا تختلف الصورة حسب الحجم المخطط والتمويل المتوافر، فقد يكون للصحيفة مقر ثابت ولها تجهيزاتها التكنولوجية، وقد تعتمد على تجهيزات تكنولوجية خارجية في عملية الإنتاج.
- الاتفاق مع المصادر الخارجية المعاونة لتزويد الصحيفة بالأخبار والموضوعات، مثل وكالات الأنباء، ووكالات الخدمات الصحفية كوكالات الصور والرسوم والمقالات والمعلومات، وكذلك وكالات الإعلان والتسويق للاستفادة من خدماتهم.

- إعداد الخطط التسويقية وتشمل خطة الحملة الإعلامية، وكذلك الحملة الإعلانية عن الصحيفة وجدولتها وتنفيذها، لتمهيد الرأي العام وتعريفه بالصحيفة الجديدة وأهدافها وتوجهها، والجديد الذي سوف تحمله مقارنة بمنافسيها.
- إصدار الأعداد التجريبية (الأعداد الزيرو) وتقييمها في أوساط المعلنين والخبراء والجمهور والصحفيين، ومسؤولي الإعلان والتوزيع.

القسم الثاني: ويشمل الخطوات والعمليات اللازمة لإصدار العدد الأول من الصحيفة، وهي على الشكل التالي:

- الاتصال بالمعلنين وحثُّهم على الإعلان في الصحيفة، وهذه عملية ترتكز على التقديم الجيد للصحيفة المقترحة وسياستها وتوجهها وشكلها ومضمونها المقترح مرفق به الأعداد التجريبية منها، إضافة إلى القيام بحملة إعلانية عن الصحيفة الجديدة.
- الاتصال بوكيل أو جهة التوزيع لاستشراف السوق المرتقب للصحيفة، وهذا عنصر مهم ينتج عنه تحديد الأعداد التي ستتم طباعتها من الصحيفة وفقاً لاحتياجات السوق المتوقعة.
- وضع خريطة تنظيمية للصحيفة تحدد خطوط السلطة والمسؤوليات والعلاقات وخط سير النص الصحفي من المحرر إلى المطبعة.
- وضع جدول زمني لإنجاز المهام والعمليات المختلفة التي تنتهي بإصدار العدد الأول من الصحيفة.

ثالثاً: حقوق الناشر الصحفي وواجباته

من هو الناشر الصحفي؟



هو الشخص الذي يتولى نشر وإصدار أي مطبوع سواء كان إنتاجاً علمياً أو ثقافياً أو فنياً بغرض التداول، وفي هذا الإطار عرّف قانون الإعلام السوري الناشر الصحفي أنه "صاحب الوسيلة الإعلامية الذي يحوز على الترخيص أو الاعتماد اللازم لإصدارها ويجوز أن يكون شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً"[4].

وهذا يعني أن الناشر الصحفي هو حلقة الوصل بين المؤلف والمبدع للمحتوى بكل أنواعه من جهة، وبين المستخدم أو المتلقي من جهة أخرى، إذ يقع عبء إعداد المحتوى وحتى خروجه في الصورة النهائية على الناشر، وهو يتولى أيضاً تسويقه وترويجه وتوزيعه من خلال شبكات توزيع ومعارض محلية ودولية.



كان الناشر الصحفي في الماضي مورداً للكتب والكتيبات والمجلات وغيرها من المطبوعات الورقية، ومع التطورات الحالية ودخول العالم عصر المعرفة فإن الناشر قد أصبح مورداً للمحتوى حيث لا يقتصر دوره على إعداد محتوى الصحيفة أو الكتاب بل تعداه ليشمل صوراً عديدة يقدم بها المحتوى من كتب ورقية وكتب إلكترونية ومحتوى إلكتروني على أقراص ليزر وعلى أجهزة المحمول، ومن خلال البوابات والمواقع على شبكة الإنترنت، ويتطلب هذا التطور الكثير من التغيرات في استراتيجيات دور النشر وأسلوب عملها، وإدراج التكنولوجيا الحديثة في وسائلها، وأساليب تسويقها وتوزيعها، ودعايتها لمنتجاتها.

[44] – المجلس الوطني للإعلام، قانون الإعلام، المرسوم التشريعي رقم 108، 2011.



تختلف الصحيفة عن أي مطبوع آخر، فهي كما ذكرنا سابقاً نتاج جهود مختلفة يشترك فيها أشخاص قد لا تظهر أسماؤهم، ويقوم فيها الناشر بمهمة التوجيه وربط موضوعاتها المختلفة وإعادة تنظيمها، وإدخال تعديلات على ما يقدم إليه للنشر فيها، سواء بالحذف أم التعديل أم الإضافة، كما يشارك في إخراجها بشكل مناسب.

ومن ناحية أخرى على الناشر الالتزام بالإجراءات والقواعد والمبادئ التي أقرتها وسائل الإعلام في بلده ليستهديَ بها في تحديد السياسة التحريرية لصحيفته، من حيث اختيار مواد النشر والطريقة التي تُنشر بها هذه المواد، ونوع إخراجها الفني. (وللمزيد راجع الملحق رقم/1/).

رابعاً: التحرير الصحفي كخطوة رئيسة من خطوات إصدار الصحيفة:



يُعد التحرير الصحفي عملية مستمرة داخل الصحيفة هدفها تحويل الأفكار والقضايا الإنسانية إلى مادة صحفية مطبوعة ومفهومة في قوالب فنية مختلفة، وانطلاقاً من ذلك فقد عرّفها الدكتور محمود علم الدين أنها "العملية اليومية والأسبوعية –حسب دورية الإصدار –والتي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية أو المعالجة الصحفية لمضمون المادة الصحفية أو المعلومات التي جمعها من المصادر المختلفة في القوالب الصحفية المناسبة والمتعارف عليها كقوالب فنية تحريرية للجريدة، ثم المراجعة الدقيقة لها".



ويُشترط في المعالجة الصحفية لمضمون المادة المكتوبة بما تنطوي عليه من أفكار واتجاهات تقديمُها بطريقة إخراجية تتفق مع الإطار الفكري للصحيفة وتحقق في الوقت نفسه أهداف السياسة التحريرية التي ترتبط ارتباطاً مباشراً بنوع ملكية الصحيفة ودوريتها، وتوجهات النظام السياسي وتأثيراته السلبية أو الايجابية على حدود الحرية في المجتمع[5].

وهذا يعني أن عملية التحرير الصحفي كعملية فنية، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة تنطوي على خطوات فرعية عدة أبرزها:

1- جعل النص الصحفي (الخبر أو الموضوع) يتناسب مع سياسة الصحيفة.
2- تلافي الأخطاء التي ترد في الحقائق والمعلومات وتصحيحها.
3- جعل النص يتناسب مع المساحة المحددة له في الصحيفة.
4- تبسيط وتوضيح لغة النص الصحفي لتتناسب مع مستويات القراء.
5- تسهيل عملية الإخراج الصحفي.

[5] – محمود علم الدين، الفن الصحفي، مطبوعات قطاع الثقافة، مؤسسة أخبار اليوم، القاهرة، 2004م.



نستدل مما تقدم أن عملية التحرير الصحفي تسعى إلى التبسيط في نقل المعاني والأفكار إلى الجماهير، على الرغم من اختلاف ميولهم وحاجاتهم وبيئاتهم، وهي ليست سهلة، فهي عملية شاقة تجمع بين الفن والعلم، وتحتاج إلى مهارة وقدرة كبيرة، وهذا ما يجعل من التحرير الصحفي مزيجاً إبداعياً من الفنون الصحفية والتي يأتي في مقدمتها الصور الصحفية والرسوم اليدوية بأنواعها الساخرة والتوضيحية والتعبيرية، ثم الفن الإعلاني، وأخيراً فن الإخراج الصحفي الذي يتولى عملية الإبراز والتنسيق والجذب للمادة الصحفية والمادة الإعلانية وتكوين شخصية للصحيفة.

انطلاقاً من ذلك يمثل التحرير الصحفي ركناً رئيساً للصحيفة وإخراجها وهو الأساس في نجاحها ورواجها، فالصحيفة هي التحرير أولاً وكل نجاح تحققه إنما هو نتيجة جودة التحرير ونجاحه، وعلى أساس هذا النجاح والرواج يستطيع القائمون عليها أن يضعوا لها سياسة متقدمة في الإخراج والإدارة والتوزيع والإعلان.

الخلاصة

نستنتج مما تقدم أن التخطيط الاستراتيجي لإصدار الصحيفة (سواء كانت جريدة أو مجلة) يمر بثلاث مراحل رئيسية هي:

الدراسة التفصيلية لجدوى مشروع إصدار الصحيفة من الناحية التسويقية والفنية والاقتصادية والصحفية. والمقارنة بين البدائل المختلفة التي يمكن أن ينفّذ بها المشروع. وهذه البدائل هي بدائل تحريرية، أي في أسلوب تحرير الصحيفة، أو شكلية (مظهرية) في أسلوب الإخراج أو بدائل تكنولوجية في طريقة الانتاج. أو في موقع الانتاج، أو في نوعية المواد الأولية (الورق – الحبر الأفلام)، أو في مصادر الحصول عليها. وتشمل الدراسة التفصيلية أيضاً تحديد مواصفات الصحيفة المراد إصدارها للإعلام، وجمع المعلومات عن السوق من حيث الطلب الحالي على الصحف والصحف المنافسة، والأسعار الحالية والإعلانات المتوقعة، واتجاهات الجمهور وجمع المعلومات عن النواحي الفنية، ومتطلبات العملية الإنتاجية، والانشاء والجوانب المالية والاقتصادية، واعادة تقويم التكاليف في ضوء أسعار المواد الخام والمنتجات، والأجور الحالية.

وبعد التوصل إلى أن هذا المشروع مُجدٍ من الناحية الاقتصادية، تبدأ المرحلة التالية، من خلال

اتخاذ مجموعة من القرارات الأساسية، التي تتعلق بالجوانب المختلفة لإصدار الصحيفة: وتشمل هذه القرارات كل جوانب العمل الصحفي.

أما المرحلة الثالثة فهي تنطوي على اتخاذ القرارات التي تتعلق بتدبير الأموال (التمويل) اللازمة لإصدار الصحيفة. ومراقبة استخدامها بشكل أمثل.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- من الخطوات الاستراتيجية التي تنعكس بتأثيرها طويل المدى على توجه الصحيفة وأدائها لعملها:

A. معرفة احتياجات الجمهور.

B. تأمين مقر ثابت للصحيفة.

C. تدبير التمويل اللازم لاصدار الصحيفة.

D. إعداد الخطط التسويقية للصحيفة.

الإجابة الصحيحة: A. معرفة احتياجات الجمهور.

2- من شروط اختيار اسم الصحيفة وشعارها:

A. السهولة والوضوح.

B. أن يكون معبر عن هدف الصحيفة.

C. عدم تشابهه مع اسم صحيفة أخرى.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

3- من القرارات والإجراءات التي يجب العمل عليها قبل إصدار الصحيفة:

A. الاتفاق مع وكالات الأنباء لتزويد الصحيفة بالأخبار.

B. تحديد السياسة التحريرية للصحيفة.

C. تأمين التجهيزات التكنولوجية اللازمة.

D. القيام بحملة إعلانية عن الصحيفة.

الإجابة الصحيحة: B. تحديد السياسة التحريرية للصحيفة.

4- من الخطوات اللازمة لإصدار العدد الأول من الصحيفة:

A. الاتصال مع وكالات الإعلان والتسويق للاستفادة من خدماتهم.

B. طرح أسهم الصحيفة للاكتتاب العام.

C. الحصول على ترخيص قانوني للإصدار.

D. الاتصال بالمعلنين وحثهم على الإعلان في الصحيفة.

الإجابة الصحيحة: D. الاتصال بالمعلنين وحثهم على الإعلان في الصحيفة.

5- التحرير الصحفي عملية تنطوي على:

A. تبسيط وتوضيح لغة النص الصحفي.

B. إخراج المادة المكتوبة بشكل ينسجم مع الاطار الفكري للصحيفة.

C. الصياغة الفنية والتحريرية للمادة الصحفية.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

المراجع

1. أشرف صالح ومحمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004م.
2. فاروق أبو زيد، مقدمة في علم الصحافة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م.
3. أديب خضور، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، (دمشق: الإصدارات الشخصية الخاصة، ط2، 2000م).
4. المجلس الوطني للإعلام، قانون الإعلام، المرسوم التشريعي رقم 108، 2011.
5. محمود علم الدين، الفن الصحفي، مطبوعات قطاع الثقافة، مؤسسة أخبار اليوم، القاهرة، 2004م.

الوحدة التعليمية الخامسة

مقر المؤسسة الصحفية وتصميمه الهندسي

تمهيد:



يتطلب عمل كل مؤسسة من المؤسسات – أياً كان مجال تخصصها – نوعاً من التنظيم ينطوي على تحديد هيكل تنظيمي للوحدات التي تتألف منها، ثم إجراء تنسيق واتصالات بين هذه الوحدات كي يتحقق التكامل في أعمالها، ثم تحديد الوظائف التي تقوم بها هذه الوحدات والموظفين الإداريين والتقنيين والتنفيذيين الذين يقومون بوظائف كل وحدة تنظيمية، وذلك في ضوء توصيف للوظائف من حيث أهميتها ورواتبها (أجورها) ومسؤولياتها، ويتم ترتيب هذه الوظائف حسب أهميتها.

لذلك انطلاقاً من أهمية التنظيم في مسيرة المؤسسة الصحفية سندرس في هذه الوحدة كيفية اختيار أسلوب التنظيم الأمثل للصحيفة الذي يضمن لعملها النجاح والاستمرار، بدءاً من اختيار مقرها، ومروراً بتنظيم أقسامها، وانتهاءً بعمل القطاعات الرئيسة فيها؛ لأنه بمقدار ما يتوفر للمؤسسة الصحفية من تنظيم جيد لبنيتها بمقدار ما تؤدي المؤسسة عملها بكفاءة، وإذا ما حدث اختلال في البنية التنظيمية فإن إعادة التنظيم تصبح حالة ضرورية.

أولاً: مفهوم التنظيم وأهميته في المؤسسة الصحفية:

يمثل التنظيم جانب التطبيق العملي لسياسة المؤسسة الصحفية من خلال تنفيذ النظم والقوانين واللوائح المتعلقة بكل الأعمال، سواء داخل الصحيفة أم خارجها، وتوزيع المهام على الإدارات والأقسام المختلفة توزيعاً جيداً، وتحديد عدد العاملين في كل منها، واختصاصات كل واحد منهم ومسؤولياته.

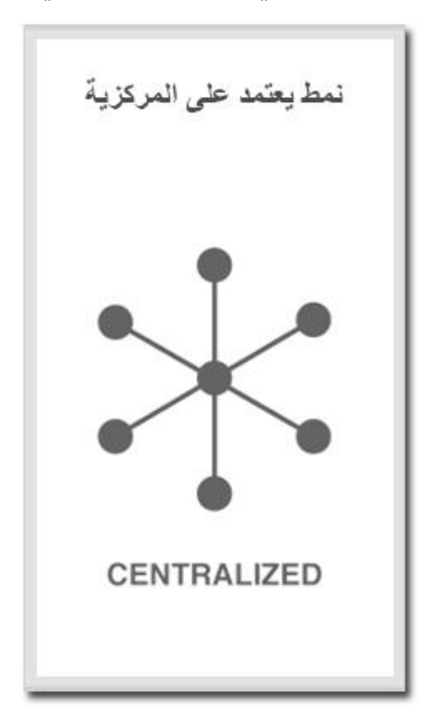
ويُقصد بالتنظيم إضافة إلى ما سبق تصميم الهيكل التنظيمي للصحيفة من خلال وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، وتحديد الإطار الفكري (أي فلسفة وإيديولوجية الصحيفة)، وهل هو مركزي أو

لامركزي، لأنه بناءً على هذا الإطار الفكري يتم تحديد علاقات الأفراد داخل الصحيفة، وتعيين السلطات والصلاحيات.

يُستدل مما تقدم أن العملية التنظيمية لا تتوقف بمجرد رسم الخريطة التنظيمية للصحيفة، وتوزيع المهام والمسؤوليات بين كوادرها، وإنما هي عملية مستمرة من أجل تحقيق الأهداف التي تأسست الصحيفة من أجلها.

أنماط التنظيم في المؤسسة الإعلامية[1]:

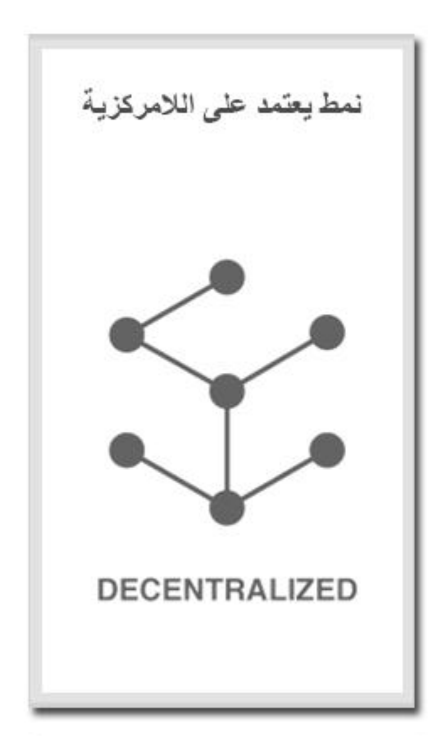
هناك ثلاثة أنماط من التنظيم يمكن لأي مؤسسة إعلامية اعتماد أحدها وهي على الشكل التالي:



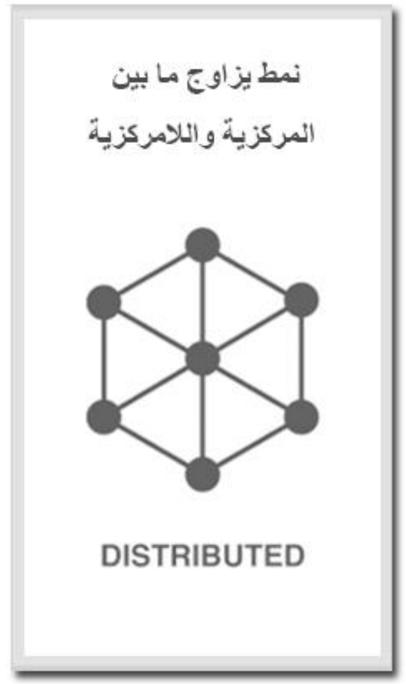
1- نمط يعتمد على المركزية: بحيث تتجمع السلطات وتُتخذ القرارات في قمة الهرم التنظيمي.

---

1. [1] إبريل سترونغ، مقدمة في إدارة الأعمال، ترجمة علي السلمي، القاهرة : فرانكين، 1976 ط 1, ص 64، محي الدين الأزهري، الإدارة من وجهة نظر المنظمة، القاهرة، دار الفكر العربي، 1979، ص 80.



2- نمط يعتمد على اللامركزية: بحيث تُعطى للأقسام مسؤوليات محدودة تتيح نوعاً من المرونة في استخدام المسؤولية واتخاذ القرار.



3- نمط يزاوج ما بين الأسلوبين السابقين: وهو يتيح لكل إدارة أن تعمل مستقلة وإذا احتاجت إلى أي خدمات غير متوفرة لديها، فإنها تُؤمَّن من قبل الإدارة العليا.

ما هو الهيكل التنظيمي الملائم للمؤسسة الصحفية؟

الهيكل التنظيمي الملائم للمؤسسة الصحفية هو الكيان المتكامل الذي يتكون من أجزاء وعناصر متداخلة، تقوم بينها علاقات تبادلية بغية إنجاز النشاط، وتأدية الوظائف التي تحقق في النهاية إنتاج المؤسسة وعملها وهدفها[2].

وقد أجمعت العديد من الدراسات الإعلامية على أن التنظيم الهرمي الوظيفي هو أكثر أنواع الهياكل التنظيمية ملاءمة للمؤسسات الصحفية؛ لأنه يتيح الرقابة على الأقسام والإدارات المختلفة، ويسمح بحرية العمل داخل هذه الأقسام والإدارات في الوقت نفسه.



ويختلف الهيكل التنظيمي للصحيفة من مجتمع إلى آخر، ومن صحيفة إلى أخرى بحيث تختار كل صحيفة الهيكل التنظيمي الذي يتفق مع طبيعتها وظروفها الخاصة، فشكل التنظيم الذي يصلح لصحيفة يومية قد لا يصلح لمجلة أسبوعية، بل إن الشكل نفسه يختلف من صحيفة يومية صباحية إلى أخرى مسائية، وينطبق الأمر ذاته على الصحف الحزبية والمستقلة وغيرها.

---

2. [2] – محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام: المؤسسة الصحفية، ط1، القاهرة، مكتبة كمال الدين، 1979م.

ويشمل الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة صحفية الإدارات التالية[3]:



أ- الإدارة العليا: وتضم مجلس الإدارة أو الناشر، ومهمتها وضع سياسة الصحيفة وتحديد الأهداف المحتملة والمتنامية والحفاظ على مستوى الصحيفة.

ب-إدارة التحرير: ومهمتها التخطيط والإعداد لإصدار الصحيفة بشكل دوري، وتتكون من أقسام عدة هي "قسم تحرير الأخبار - غرفة الأخبار - ديسك التحرير - قسم التصوير - المكتبة والأرشيف"، كما تحتوي إدارة التحرير الوظائف التالي: رئيس

3. [3] صالح خليل أبو أصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، عمان، دار آرام للدراسات والنشر، 1984، ص 185.

التحرير – مدير التحرير – معاونو التحرير – سكرتارية التحرير – رؤساء أقسام التحرير، وتُعرّف بهيئة التحرير، وتقابلها في الإذاعة والتلفزيون إدارة البرامج.

ت–إدارة الشؤون الإدارية والمالية: وهي مسؤولة عن التشغيل الكفء للأنشطة الخاصة بإنتاج وعائد الصحيفة، وتضم الوحدات التالية مثل: قسم الإعلانات – قسم التوزيع – قسم الطباعة، إضافة إلى ما يختص بشؤون الموظفين وتُعرّف بالجهاز الإداري للمؤسسة.

ث–إدارة التخطيط والبحوث (قسم الترويج): وتقوم بأعمال العلاقات العامة، وتختص بأعمال التخطيط والبحوث والترجمة والاتصالات الخارجية.

ج– إدارة المطابع: (المطابع، لوائح الاستنساخ، التصوير الطباعي).

ح– إدارة التوزيع والإعلان: وتُوكل إليها مهمة التوزيع في الصحيفة، وتحديد الكميات الملائمة لحاجة السوق وتقييمها بحيث تفي بحاجة كل منطقة، ومراقبة الأسواق للتأكد من عرض الصحيفة بالشكل المطلوب، وتحصيل قيمة المبيع.

خ– إدارة الشؤون الفنية: وتتولى متابعة عمليات الطباعة والتوزيع، وتحديث برامج الكمبيوتر، والإشراف على الورش الفنية، وأعمال الصيانة، وأجهزة الإرسال والاتصال، والتنضيد، والتصميم والتنفيذ، والمونتاج، وتُعرّف هذه الإدارة أحياناً بالجهاز الفني.

وبشكل عام فإن العمل الإعلامي الناجح يحتاج إلى تنظيم إداري جيد مع توفير عناصر قيادية جيدة، وجو من العمل المناسب، وكوادر ذات كفاءة عالية[4].

4. [4] س.أ.تسو كاسوف، إدارة الصحيفة، ترجمة إيمان أمد، السلسلة المهنية، بغداد: 1985، ص 81.

ثانياً: التصميم الهندسي الملائم للمؤسسة الصحفية:



لا يمكن تخيّل وجود مؤسسة أو منظمة ما دون مقر تمارس فيه أعمالها، ويزاول فيه موظفو المؤسسة نشاطهم من أجل تحقيق أهدافها. وهذا المقر يجب أن يتلاءم مع طبيعة عمل المؤسسة ونشاطها، وأن يحتويَ على كل الأدوات والآلات والمعدات اللازمة لإنجاز نشاط المؤسسة، فالإذاعة مثلاً تحتاج إلى مقر يحتوي على الاستوديوهات وأجهزة الإرسال، وآلات التسجيل والأرشيف ومكاتب الموظفين. إلخ.

والصحيفة تحتاج إلى مقر يتسع إلى المحررين، وأجهزة الاستقبال، والبرق، والوكالات، وشبكة الاتصال الهاتفي، والشبكة العالمية للمعلومات، وآلات التصوير ومعامل الطبع والتحميض وآلات الطباعة وغيرها.

وبناءً عليه حتى تستطيع الصحيفة تحقيق الأهداف التي شُيدت من أجلها في الحاضر والمستقبل لا بد من توافر مجموعة من الشروط في تصميمها الهندسي، ويأتي في مقدمة هذه الشروط الآتي:

1. اختيار موقع الدار الصحفية[5]:

إن حسن اختيار موقع الدار الصحفية من أهم العوامل الإيجابية المساعدة على نجاحها، لذا لا بد من اتخاذ الخطوات المناسبة لفحص أكبر عدد من المناطق المناسبة لإقامة المؤسسة الصحفية، وتحديد مميزات وعيوب كل موقع تتم معاينته طبقاً للاحتياجات والإمكانيات والأهداف قبل أن يتم الاستقرار على تحديد الموقع النهائي لتأسيس الدار الصحفية.

ومن أهم الأمور التي يجب مراعاتها: أن يكون اختيار الموقع مناسباً لجميع المتعاملين مع المؤسسة الصحفية من عملاء ومعلنين وموظفين؛ لأن حسن اختيار الموقع يعزز ثقة المتعاملين مع المؤسسة الصحفية، ويجعل من مراجعتها أمراً أسهل، وهو ما سيتم جني ثماره فيما بعد،

---

5. [5] – الدكتور إبراهيم عبد الله المسلمي, إدارة المؤسسات الصحفية, القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 1995م, ص 197-198.

وبخاصة عندما يتم اختيار موقع متوسط في المدينة حيث يتم التسويق للصحيفة بشكل مباشر وكبير، ويساعد على تخفيض النفقات من خلال فريق العمل بالصحيفة، والذي سيجني ثمار حسن اختيار الموقع من حيث توفير طرق ووسائل المواصلات المتاحة، ومواقف السيارات الواسعة، الأمر الذي يسهل لهم الوصول إلى مكان العمل في الوقت المحدد للدوام دون معاناة، كما أن الموقع المتميز للصحيفة يعزز من إيراداتها المعتمدة أساساً على تمويل الشركات والمعلنين، وينعكس ايجاباً على قدراتها التنافسية أمام غيرها من الصحف الموجودة والعاملة.

2. **تنظيم الأقسام والمكاتب:**

لتنظيم الأقسام والمكاتب أهمية كبيرة في الصحيفة لأنه يؤثر على سير العمل فيها، ويعطي الزائرين فكرة حسنة عنها، إضافة إلى الاستفادة القصوى من مساحة المؤسسة.

من هنا فإن كثرة الأعمال الصحفية وتنوعها، وكثرة عدد المشتغلين فيها استدعت تنظيماً معيناً لأقسامها، بحيث يتسع كل منها لعدد الذين يعملون به، ففي قسم التحرير مثلاً يجب أن تكون المكاتب متجاورة حتى يسهل العمل فيما بينها، مع إيجاد وسيلة سهلة لاتصال الجمهور بغرف التحرير، وهناك طريقتان لتنظيم قسم التحرير:

الأولى: تقضي بأن يعمل مختلف المحررين ورؤساء الأقسام والمنفذين في مكاتب خاصة، أي يستقل كل فريق بغرفة، وهذه الخطة مبنية على أساس أن الكتّاب والمحررين والفنانين والمشرفين على الأخبار يجب أن يعملوا في أماكن هادئة حتى يركّزوا انتباههم في عملهم.

أما الطريقة الثانية: فهي تجميع الذين يشتغلون في عملية من طبيعة واحدة في غرفة كبيرة، فمثلاً تُوضع في غرفة الأخبار الداخلية منضدة كبيرة على هيئة حدوة الحصان يجلس إليها المحررون والمراجعون، وإلى الجانب الداخلي للمنضدة يجلس رئيس قسم الأخبار، وفي غرفة الأخبار الخارجية يجلس جميع المترجمين ورئيس القسم كلٌ إلى منضدة خاصة، وتوجد جميع أجهزة الاستقبال لوكالات الأنباء المختلفة.

أما رئيس التحرير، وسكرتير رئيس التحرير، فيكون لكل منهما مكتب مستقل، وتُوضع أحياناً منضدة كبيرة في غرفة الأخبار للاجتماعات، كما يجب أن تكون غرف الإعلان متجاورة بحيث يسهل تنفيذ الأعمال بسرعة، ويُفضل في كل الحالات استخدام المناضد والمكاتب المستوية، وكذلك المقاعد التي تلائم العمل.

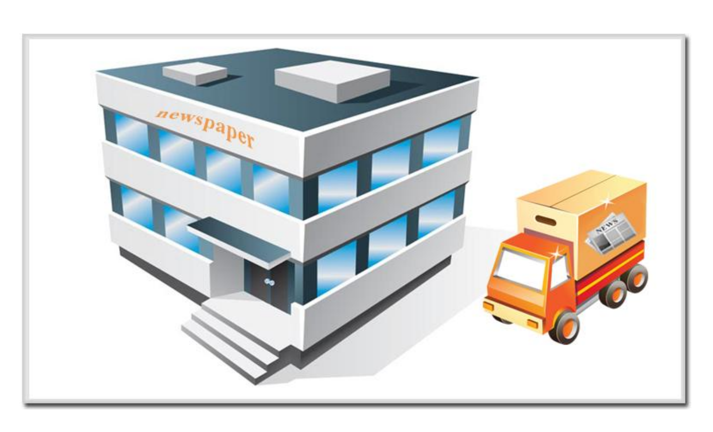
تحديد مواضع آلات الطباعة وباقي آلات الصحيفة:



بالنسبة لآلات الطباعة يجب أن توضع في المطبعة بشكل يسهل إنجاز العمليات الجزئية المختلفة والمتتالية للعملية الواحدة، وبشرط ألا يضيق المكان بالعمال مما يعوق حركتهم، لذا يجب وضع الآلات في خطوط مستقيمة أو متعامدة، وأن تُرتب حسب سير عملية الطباعة، وأن تكون بينها مسافات كافية لتسهيل حركة العمل، وتسهيل نقل المطبوعات من آلة إلى أخرى حسب طبيعة العمل، كما يجب أن يكون مخزن الورق والحبر قرب المطبعة لسد حاجتها منها باستمرار، وتوفير الوقت والجهد.

3. اعتماد مدخل للصحيفة:

المدخل الرئيسي للصحيفة يجب أن يكون على شارع رئيسي كبير، وأن يكون لها مدخل آخر لمواد التموين (كالورق والحبر والزيوت والبنزين.. إلخ)، وذلك لفصل عملاء الصحيفة



والزائرين والموظفين عن العمال الذين يقومون بنقل المواد والأدوات إلى داخل المخزن، ولاسيما أن لواجهة المؤسسة الصحفية تأثيراً كبيراً في نفوس القراء والمعلنين على حد سواء لذا يجب أن تكون الواجهة فخمة وجميلة ونظيفة.

4. **التأمين على المؤسسة الصحفية:**

تحتوي المنشآت الصحفية على تجهيزات كبيرة أهمها آلات الجمع، وآلات الطباعة، وأجهزة التصوير، والحفر، والحاسب الآلي، والميكروفيلم، ومخازن الورق، وغيرُها من التجهيزات الأخرى الضخمة والمكلفة جداً، لذا لا بد من اتخاذ الإجراءات والاحتياطات اللازمة للحيلولة دون وقوع أضرار في المنشأة الصحفية؛ لأن أي ضرر كالحريق مثلاً قد تكون نتائجه كارثية، لذا لا بد من التزود والاحتياط بمعدات إخماد الحرائق في حال نشوبها، وتوزيع معدات الإطفاء بشكل منظم في الأروقة والممرات المختلفة، وبخاصة قرب صالات الطباعة ومخازن الورق والأحبار وأقسام التصوير والزنكوغراف، حيث يتم استعمال الأحماض والمواد القابلة للاشتعال، ولهذا يجب منع التدخين في هذه الأقسام أو بالقرب منها، كما يجب أن يؤمَّن على الدار الصحفية ضد الحريق والمخاطر الأخرى لدى إحدى شركات التأمين الكبرى.

ثالثاً: القطاعات الرئيسة في المؤسسة الصحفية:

قطاع التحرير (أو جهاز التحرير):

يضم جهاز التحرير كل فرد يعمل من أجل جمع وإعداد كلمة تُطبع في الصحيفة إلا ما يتعلق منها بالإعلان، لأن كل أو معظم ما يُنشر كإعلانات تحريرية إنما يأتي مباشرة من قسم الإعلان، ويضم قسمُ التحرير الذين يكتبون المقالات الافتتاحية، أو الذين يعيدون كتابة الأخبار، أو يراجعون ما ليس في حاجة إلى إعادة كتابة، أو الذين يتلقون الأنباء من الخارج ويعيدونها للنشر، والذين يكتبون التحقيقات الصحفية أو الموضوعات الرئيسية، والذين يقومون بتصوير الأحداث والصور اللازمة للتحقيقات والموضوعات الصحفية الرئيسية، والفنانين الذين يقدمون الرسوم المتعلقة ببعض الموضوعات المعدة للنشر، كذلك الجهاز الكبير الذي يحمل على أكتافه مهمة ضخمة هي (إخراج الجريدة بصورة جذابة للقراءة والاستمتاع بها دون تعب)[6].

---

6. [6] طلعت همام، موسوعة الإعلام والصحافة (مئة سؤال عن الصحافة)، دار الفرقان، عمان، الأردن، 1988، ط2، ص 44.

ويعد قطاع التحرير الركن الأول في تكوين الصحف (جرائد ومجلات) وإخراجها والأساس في نجاحها ورواجها، ولولا التحرير ما كان هناك صحف؛ لأن الصحف في الأصل تصدر من أجل أن تُقرأ وتؤديَ وظائفها في خدمة المجتمع، وحتى الصحف التي تصدر من أجل الهدف الإعلاني فقط تضم موضوعات تحريرية لتساعد على قراءة الإعلان، وهذا ما يجعل من قطاع التحرير في الصحيفة العمود الفقري في وجودها؛ لأن قوة فن التحرير الصحفي هي أساس قوة الأقسام الأخرى في الصحيفة.

وأهم الصحفيين العاملين في قطاع التحرير بالصحيفة، والذين يتعلق عملهم بالمادة الصحفية في شتى مستوياتهم ومسؤولياتهم هم على الشكل التالي:

رئيس التحرير:

هو العقل المفكر والقلب النابض الذي يدفع بالصحيفة إلى الأمام مع مراعاة التوازن بين كيان الصحيفة المادي، وكيانها الأدبي والاستقلالي.

الشروط التي يجب أن تتوافر في شخص رئيس التحرير[7]:

1- أن يكون لديه القدرة على العمل المتواصل والطويل ويعيش مع جهازه الصحفي أطول فترة ممكنة، بحيث يشعرهم أنه معهم بفكره وتوجيهاته، ويتيح لهم فرصة التحدث إليه واستشارته في الأمور العاجلة، ويهتم بما يكتبون، ويوجههم إن احتاجوا إلى توجيه.
2- أن يكون لديه القدرة على التصرف السليم الحكيم الصائب تجاه المواد الصحيفة المعروضة عليه، وتقييمها التقييم الصحيح، لذلك يجب أن يكون لديه إحساس بكل تلك المواد الصحفية، وأثرها على النواحي الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، باعتباره المسؤول الأول أمام القانون عن كل ما يُنشر في الصحيفة، وذلك نيابة عن الناشر أو المدير العام أو رئيس مجلس الإدارة.
3- أن يكون ملمّاً بقواعد الإدارة الصحفية إضافة إلى تمتعه بموهبة القيادة.

7. [7] – محمد فريد محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، القاهرة، حقوق النشر محفوظة للمؤلف، 1993م، ص 93.

4- أن يكون مثقفاً ثقافة عالية شاملة، متعمقة في مجالات عديدة، إذ لا يكفي أن يكون متعلماً، وإنما ينبغي أن يكون على دراية وخبرة وتجربة وعلم، كما ينبغي أن يجيد بعض اللغات الأجنبية التي تمكنه من قراءة الصحف الأجنبية والاطلاع على ما تنشره.

5- يجب أن يجيد استخدام الوثائق والمراجع بسهولة وسرعة، والحصول على المعلومات من مصادرها الصحيحة، كما يجب أن تكون له صلات متعددة بكبار الشخصيات المرموقة التي يرد ذكرها في الأخبار.

مهام رئيس التحرير:

1. رسم سياسة الصحيفة واتجاهها والعمل على تنفيذ هذه السياسة مع العاملين فيها من خلال شرح خطوطها ومبادئها، بحيث يستطيع الكل فهمَها وقبولها بمحض رغبتهم.
2. اختيار كبار معاونيه من مساعدين وسكرتيري التحرير، ورؤساء الأقسام، وكبار الكتّاب والمحررين؛ لأن نجاحه في عمله يتوقف إلى حد كبير على حسن اختياره لهؤلاء المعاونين وتحديد اختصاصاتهم، مع الحرص أن يكون لكل منهم حرية الحركة وفقاً لهذه الاختصاصات.
3. ليست مهمة رئيس التحرير أن يكتب فقط بل أن يجعل غيره يكتب أيضاً، وهذه مهمة شاقة تحتاج إلى كثير من الاستعداد، فأحياناً يكتب رئيس التحرير المقال الافتتاحي المعبر عن رأي الصحيفة في الأحداث الداخلية والخارجية، ويقوم في حالات كثيرة بكتابة أهم ما يُنشر في الصحيفة واقتراح أفكار العديد من الموضوعات على أقسام التحرير، ويوجّه المحررين إلى تغطية مواد صحفية معينة يرى أهميتها لقراء الصحيفة، باعتباره يملك الرأي الأخير فيما تنشره الصحيفة.

مدير التحرير:

ينوب عن رئيس التحرير في إدارة أقسام معينة من أقسام التحرير في الصحيفة، ويكون مسؤولاً عن إخراج المادة الصحفية بالشكل المتفق عليه، كما يرأس اجتماعات التحرير نيابة عن رئيس التحرير.

ومدير التحرير يختار ما يُنشر في الصحيفة، ويستبعد ما لا يستحق النشر من مجموعة المواد الصحفية التي تقدمها أقسام التحرير، ويحدد مكان الأخبار والموضوعات على صفحات

الصحيفة ومساحتَها حسب أهميتها، ويشرف على اختيار مانشيتات الصحيفة، وعناوين الأخبار والموضوعات المهمة، ويوافق على الصور المرفقة بها.

حتى يستطيع مدير التحرير القيام بتلك المهام لا بد من أن تتوافر في شخصيته العديد من الصفات أبرزها: أن تكون له خبرة طويلة بالعمل الصحفي، ومارس العمل في جميع أقسام الصحيفة ليكون على علم تام بطبيعة عملها جميعاً، وقادراً على قيادة وتحريك العمل الصحفي اليومي في الصحيفة، وله مصادر ولاسيما بين كبار الشخصيات المرموقة التي تشكل مصادر أساسية للأخبار والمعلومات الصحيحة، حتى يمكنه التأكد من أي مادة صحفية يشك في صحتها من التي تأتيه من أقسام التحرير المختلفة، وأن يكون على قدر كبير من الثقافة المتعمقة والمتنوعة، والتي تمكّنه من الحكم على المادة الصحفية التي ترد إلى الصحيفة.

سكرتير التحرير:



يوجد نوعان من سكرتيري التحرير في الصحيفة: الأول هو سكرتير التحرير المراجِع الذي يكون عمله في تدقيق المواد الصحفية ومراجعتها وإعادة كتابة المادة التي تحتاج إلى إعادة صياغة، والثاني هو سكرتير التحرير الفني الذي يتعلق عمله بالإخراج الصحفي والنواحي الفنية والطباعية.

ويرى بعض خبراء الصحافة أنه لكي ينجح عمل رئيس التحرير فلا بد له من سكرتير تحرير، بينما يرى البعض الآخر أن رئيس التحرير لا بد له لكي ينجح من رؤساء أقسام يعاونونه في تخطيط العمل وتنفيذه.

ولكن ما نجده على أرض الواقع، ولاسيما في بعض الصحف الخاصة التي يكون غالباً فيها رئيس التحرير هو مالك الصحيفة أيضاً، وفي هذه الحالة يقوم رئيس التحرير بالعمل من غير مساعدين أو نواب، ويكفي أن يستعين بمدير تحرير درجة أولى يتولى شؤون التحرير بكاملها ويشرف على سير الصحيفة، ونادراً ما يكون هناك سكرتير تحرير.

أما الصحف الكبرى فإنها تهتم بأن يكون إلى جانب رئيس التحرير مساعدون ونواب ومدير تحرير يتوقف عددهم على قيمة الصحيفة، وعدد محرريها ومندوبيها، وسعة انتشارها.

رؤساء الأقسام:

إن الصحيفة شأنها شأن أي مؤسسة تضم عدداً كبيراً من العاملين يتم تقسيمهم إلى مجموعات تعمل كل منها في نطاق معين، وباختصاصات معينة، وليس لهذا التقسيم قاعدة معينة تلتزمها الصحف جميعاً، لكن هناك أقسام أساسية ثابتة لازمة للصحيفة من حيث تجميع الأخبار وكتابتها، ومراجعتها وإخراجها، ويأتي في مقدمة هذه الأقسام:

1- قسم الأخبار المحلية: ومهمته استقبال الأخبار من مختلف المصادر (مندوبون، مراسلون، وكالات أنباء) ومراجعتها، بهدف تقديم خدمة إخبارية تتضمن آخر وأهم أحداث الأربع والعشرين ساعة السابقة على استلام القارئ للصحيفة.
2- قسم الأخبار الخارجية: ومهمته استقبال الأخبار من وكالات الأنباء العربية والعالمية، والإذاعات الأجنبية، والصحف والمجلات الأجنبية.
3- قسم التحقيقات: التحقيقات الصحفية هي مادة أساسية من مواد الصحيفة اليومية لا يمكن الاستغناء عنها، ويقوم التحقيق على خبر جديد إضافة إلى أنه قد يتضمن الاستطلاع أو الرأي، فإذا كان هناك حدث بارز في الأخبار المحلية يمكن وضع تحقيق تفصيلي حول هذا الحدث يتناول تاريخه أو واقعه الحالي أو المستقبلي، أو يمكن وضع مقال طويل حوله يحلله ويبدي فيه رأياً، وكذلك الأمر في الأخبار العالمية، وهذا يعني أن قسم التحقيقات يتعلق في الواقع بأقسام الأخبار المحلية والعالمية.

4- قسم الزوايا المتخصصة: ومهمته تقديم الزوايا المتنوعة الاهتمامات كزوايا الاقتصاد والمجتمع والرياضة والأدب وغيرها، وتُلحق بقسم الزوايا منوعات مثل: حظك اليوم، والكلمات المتقاطعة، ومفكرة اليوم.. وكل المنوعات الخفيفة التي تسد فراغاً في حياة القارئ، إذ لم تعد الصحيفة خبراً فقط، بل أصبحت مجالاً للاطلاع والثقافة والتسلية.

5- قسم المعلومات: ومهمته التأكد من خلو الصحيفة بقدر الإمكان من أي نوع من أنواع الأخطاء التي ينتج عنها عدم ثقة القراء في صحيفتهم، وذلك عبر قراءة كل خبر، وكل مقال، وكل إعلان قبل إرساله إلى المطبعة.

وكمثال على جهاز التحرير لدينا الهيكل التنظيمي لجهاز تحرير وكالة أنباء الشرق الوسط[8]:

الهيكل التنظيمي لجهاز تحرير وكالة أنباء الشرق

التحرير

رؤساء التحرير الثلاثة

رئيس منطقة

مدير مكتب

الإدارات العامة	الإدارات الفرعية
خدمة الوكالات	أ- النشرات الأجنبية ب- خدمة الوكالات
الخدمة الاقتصادية	أ- التوثيق و المكتبة ب- دراسات و نشرات نوعية ج- المعلومات الصحفية
التحرير العربي	أ- محلي ب- خارجي ج- استماع خارجي
التحرير الأجنبي	أ- انجليزي ب- فرنسي ج- النشرة المترجمة الصباحية
الأخبار	أ- المندوبون ب- تلقي و استكمال الأخبار ج- استماع محلي
التحرير المصور	أ- الخدمة المصورة ب- الخدمة التلفزيونية و السينمائية ج- التصوير الفوتوغرافي و التليفزيوني د- معامل التصوير
المكاتب الداخلية و الخارجية	أ- المكاتب الداخلية ب- المكاتب الخارجية
مراقبة الأخبار	أ- مراقبة أخبار الوكالة ب- مراقبة الوكالات الأجنبية
الترجمة	أ- انجليزي ب- فرنسي ج- عربي
التحقيقات والأبحاث	أ- التحقيقات ب- الموضوعات المصورة ج- الأبحاث

8. [8] الدكتور إبراهيم عبد الله المسلمي, إدارة المؤسسات الصحفية, مصدر سابق, ص 187.

القطاع الإداري والمالي:

ينقسم القطاع الإداري إلى إدارات فرعية عدة هي:

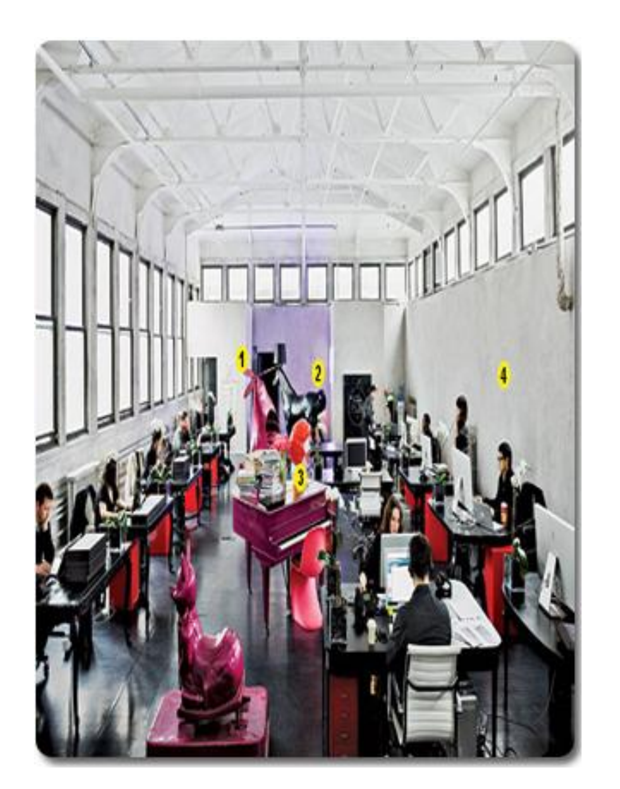
أ- قسم المستخدمين الخاص بالتعيينات: والتعيينات في المؤسسات الصحفية يجب أن تضبطها حاجة العمل الفعلية، وأن تُبنى على التخصص، لذلك يجب أن تضع المؤسسة الإعلامية سياسة واضحة للتعيين.

ب-قسم الحسابات: وهو القسم الذي يختص بالجانب المالي في الصحيفة، مثل المرتبات والميزانيات وتبيان جداول المنصرفات والوارد.

ت-قسم التدريب: وهو القسم الذي يوكل إليه تنفيذ خطة التدريب بالمؤسسة، وذلك لإطلاع العاملين على المستجدات في مجال العمل، ولأن التدريب حاجة متجددة يجب على المؤسسة أن تكون لها خطة واضحة للتدريب.

ث-قسم الإعلانات: ويُعد أهم أقسام المؤسسة الصحفية؛ لأنه يأتي بأهم إيرادات الصحيفة، ويدير هذا القسم الإعلانات بطرق مختلفة (كأن تتعاقد الصحف مع شركة إعلانات تحتكر عملية الإعلان في الصحيفة وتقوم بجلب الإعلانات مقابل نسبة معينة من أجر الإعلان)، وتقدر أجور الإعلانات إما بسعر السطر الواحد، أو العمود الواحد إذا كانت إعلانات إخبارية، أو بالسنتمتر المربع إذا كانت إعلانات مصورة، ويرتبط قسم الإعلانات بشكل أساسي بقسم التحرير حيث تكون هناك خطة مسبقة للاتفاق على الأماكن والمساحات التي يتم تخصيصها للإعلانات.

القطاع الفني:



يشمل القسم الفني الخط والرسم والتصوير والجمع الإلكتروني بواسطة الحاسب، ويضطلع هذا القسم بمهمة الإخراج الصحفي.

كما يتمثل القسم الفني بالسكرتاريا الفنية وهم القائمون على إخراج وتنفيذ صفحات الجريدة والاطمئنان على الأفلام قبل إعداد الزنكات[9]، ثم عملية الطباعة بجانب المصورين ومهندسي الطباعة، حيث يقوم هذا القسم بكل ما هو فني داخل الصحيفة، ولا علاقة له بالنواحي الإدارية أو التحريرية.

كما تشمل أعمال القسم الفني: الكاريكاتير، والخط، والصور، ويتبع بشكل مباشر لرئيس التحرير على اعتبار أن أعماله لا تخص قسماً معيناً، بل تحيط بالصحيفة ككل.

---

[9] **الأفلام:** وهي عبارة عن فيلم مثل فيلم الأشعة مثلاً.

9. **الزنكات:** هي عبارة عن شيء معدني خفيف جداً أو بمعنى أصح صفيح رقيق يطبع عليه الكلك أو يكون عليها إسطنبة التصميم.

10. **ورق الكلك:** هو ببساطة ورق شفاف يتم طباعة التصميم عليه بواسطة طابعة مكتبية مثلاً (HP LaserJet)ومن ثم الذهاب به إلى المطبعة لكي يتم تصويره على ألواح الزنك – بواسطة ماكينة متخصصة – ثم وضع ألواح الزنك بعد ذلك في ماكينة الطباعة في المطبعة لكي يتم طباعة التصميم بآلاف النسخ واستخدامه في الغرض المطبوع من أجله (دعاية وإعلان.. إلخ).

الخلاصة

نستنتج مما تقدم أن الربط بين أجزاء المؤسسة الصحفية الأساسية بما فيها من تحرير وإدارة هو من مهام مالك الصحيفة أو الناشر، أو مدير عام الصحيفة، أو ما شابه ذلك، وهذا الربط يدخل في نطاق العمل الإداري بالصحيفة، أما مهمة الربط بين الأقسام الفرعية التي يتكون منها قطاع التحرير، فهي من المهام الأساسية لرئيس التحرير الذي يمثل الرأس المفكرة للجهاز الصحفي، وهذا مؤشر على أن القسم التحريري للصحيفة يمثل العمود الفقري في أي عملية صحفية أو إعلامية، وفي النهاية فإن نجاح الصحيفة يعتمد على حسن تنظيم إدارتها، ودقة هذا التنظيم، وتوزيع الصلاحيات بين أقسامها الإدارية والفنية بشكل يساعد على دفع العملية الإنتاجية في الدار الصحفية بأسلوب أفضل، وهذه الصلاحيات ومداها تختلف بين مؤسسة صحفية وأخرى طبقاً لإمكانياتها المالية والتقنية وتوجهاتها العامة.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- تنظيم المؤسسة الصحفية يعني:

A. التطبيق العملي لسياستها.

B. تصميم الهيكل التنظيمي للصحيفة.

C. تنفيذ النظم والقوانين المتعلقة بكافة أعمالها.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

2- اللامركزية في المؤسسة الصحفية تعني:

A. منح أقسامها مسؤوليات محدودة.

B. منح صلاحيات واسعة للناشر في اتخاذ القرارات.

C. استقلالية إداراتها في العمل واتخاذ القرارات.

D. كل ما سبق غير صحيح.

الإجابة الصحيحة: A. منح أقسامها مسؤوليات محدودة.

3- تتولى إدارة الشؤون المالية والإدارية في المؤسسة الصحفية:

A. التخطيط والإعداد لإصدار الصحيفة بشكل دوري.

B. الأشراف على الأنشطة الخاصة بإنتاج الصحيفة وعائداتها.

C. الأعمال المتعلقة بالعلاقات العامة.

D. توزيع الصحيفة وتحديد الكميات الملائمة لحاجة السوق.

الإجابة الصحيحة: A. التخطيط والإعداد لإصدار الصحيفة بشكل دوري.

4- من شروط التصميم الهندسي الملائم للمؤسسة الصحفية:

A. اختيار موقع الدار الصحفية بعيداً عن التجمعات السكنية.

B. تنظيم الأقسام والمكاتب.

C. الاعتماد على آلات طباعة من خارج الصحيفة.

D. اعتماد عدة مداخل للصحيفة.

الإجابة الصحيحة: B. تنظيم الأقسام والمكاتب.

5- يتوقف نجاح الصحيفة ورواجها على:

A. مدى إقبال المعلنين عليها.

B. نشاط الصحفيين العاملين في قطاع التحرير.

C. عمل قسم الأخبار المحلية.

D. عمل القطاع الفني في الصحيفة.

الاجابة الصحيحة: B. نشاط الصحفيين العاملين في قطاع التحرير.

المراجع

1. إبريل سترونغ، مقدمة في إدارة الأعمال، ترجمة علي السلمي، القاهرة :فرانكين، 1976 ط 1.
2. محي الدين الأزهري، الإدارة من وجهة نظر المنظمة، القاهرة، دار الفكر العربي، 1979.
3. محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام: المؤسسة الصحفية، ط1، القاهرة، مكتبة كمال الدين، 1979م.
4. صالح خليل أبو أصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، عمان، دار آرام للدراسات والنشر، 1984.
5. س.أ.تسو كاسوف، إدارة الصحيفة، ترجمة إيمان أمد، السلسلة المهنية، بغداد: 1985.
6. الدكتور إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 1995م.
7. طلعت همام، موسوعة الإعلام والصحافة (مئة سؤال عن الصحافة)، دار الفرقان، عمان، الأردن، 1988.
8. محمد فريد محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، القاهرة، حقوق النشر محفوظة للمؤلف، 1993م.

الوحدة التعليمية السادسة

مهارات العمل الصحفي

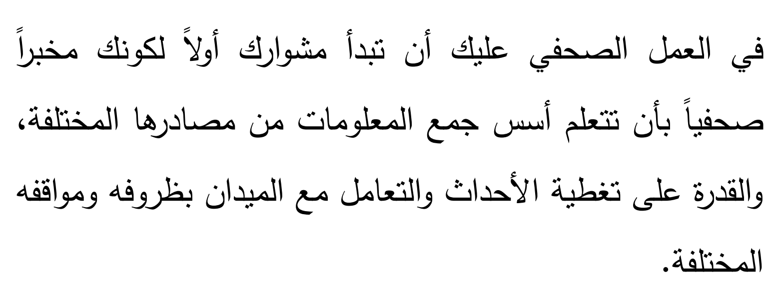
تمهيد:



إن عصب أي مؤسسة يتمثل بأفرادها الذين يختلفون بأدوارهم حسب طبيعة المؤسسة وأهدافها، وهؤلاء الأفراد هم عبارة عن موظفين وعمال مهرة وعمال عاديين كلٌّ منهم يؤدي دوراً لتحقيق أهداف المؤسسة.

فالمؤسسة الصحفية لا يمكن أن تقوم من دون جهاز كبير من البشر الذين تختلف مسؤولياتهم ومؤهلاتهم، فنجد الكاتب والصحفي والمخرج، والمحاسب والإداري، والطابِع والفني والرسام، والموظف المكتبي والسكرتير.. إلخ، وكل هؤلاء يقومون بعمل متكامل ليقدموا في النهاية ثمرة عمل جماعي هو جريدة يومية أو مجلة أسبوعية، ومن دون هذا الفريق المتكامل لا يمكن لعمل أن يخرج ناجحاً مكتملاً، ولكن هل يستطيع أي شخص أن يعمل في المجال الصحفي؟ أو أن هناك مهارات مطلوبة للعمل في هذا الميدان؟

أولاً: المهارات المطلوبة في التحرير الصحفي



في العمل الصحفي عليك أن تبدأ مشوارك أولاً لكونك مخبراً صحفياً بأن تتعلم أسس جمع المعلومات من مصادرها المختلفة، والقدرة على تغطية الأحداث والتعامل مع الميدان بظروفه ومواقفه المختلفة.



وخلال هذه الرحلة (رحلة صناعة الخبر من مصدره الأصلي) يمارس الصحفي دوره بوضوح كمخبر صحفي، ولكن حتى تكتمل الصورة ويؤديَ رسالته ومهمته على أكمل وجه لا بد من مهارات تحريرية تميزه وتمكّنه من ترجمة ما سمعه وشاهده ورآه إلى

كلمات واضحة ومفهومة بأسلوب صحفي يفهمه كل الناس، ويأتي في مقدمة هذه المهارات التحريرية:

في العمل الصحفي عليك أن تبدأ مشوارك أولاً لكونك مخبراً صحفياً بأن تتعلم أسس جمع المعلومات من مصادرها المختلفة، والقدرة على تغطية الأحداث والتعامل مع الميدان بظروفه ومواقفه المختلفة.

وخلال هذه الرحلة (رحلة صناعة الخبر من مصدره الأصلي) يمارس الصحفي دوره بوضوح كمخبر صحفي، ولكن حتى تكتمل الصورة ويؤديَ رسالته ومهمته على أكمل وجه لا بد من مهارات تحريرية تميزه وتمكّنه من ترجمة ما سمعه وشاهده ورآه إلى كلمات واضحة ومفهومة بأسلوب صحفي يفهمه كل الناس، ويأتي في مقدمة هذه المهارات التحريرية:

أ. مهارة كتابة الخبر الصحفي بأنواعه:



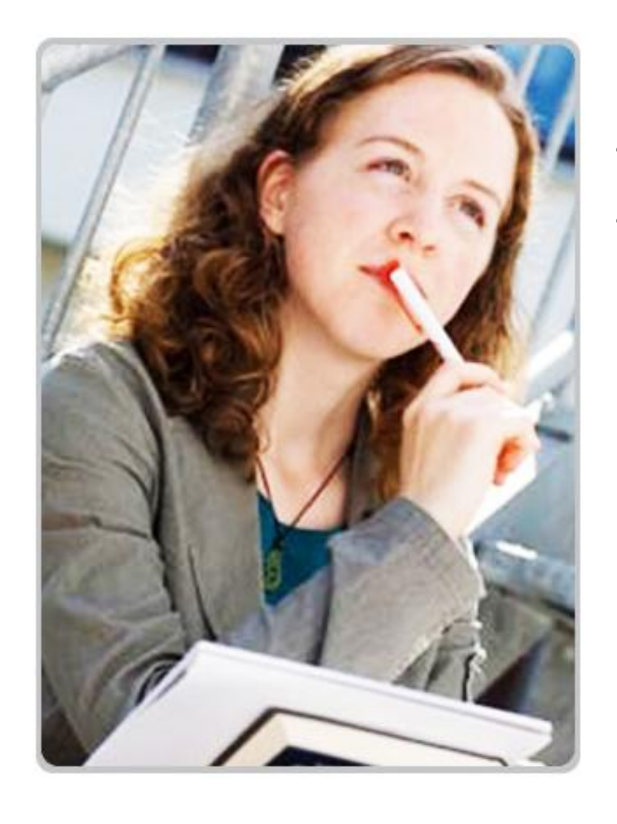
يُعرّف الخبر الصحفي أنه تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء، وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته[1]، لذا لا بد للصحفي من أن يكون دقيق الملاحظة، ويعرف ما يثير اهتمام الرأي العام، وكيف يقتنص الأخبار المهمة، ويكشف عن الحقائق التي غالباً ما تكون مستورة، وبالتالي يكون له القدرة على صياغة الخبر الصحفي.

فالفرق بين الصحفي والرجل العادي أن الأخير يمر أحياناً بحادثة أو ظاهرة معينة قد يجدها عادية أو تافهة لا قيمة لها، بينما يستطيع الصحفي أن يجد في هذه الحادثة أو الظاهرة ما يلفت الأنظار ويثير الانتباه، أو يعبر عن قضية تهم الرأي العام، ويحتاج الصحفي في ذلك إلى سعة الحيلة

---

1. [1] فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، بيروت، دار الشروق، 1981م.

للحصول على مواد إخبارية، إضافة إلى المهارة والجرأة والشجاعة، كما ينبغي عليه أن يكون قادراً على التعبير المؤثر.



وبناءً على ذلك، فقد أصبحت كتابة الخبر الصحفي فناً لا بد من أن يتقنه كل صحفي يهدف إلى تحقيق النجاح والسبق الصحفي ضمن الحقل الإعلامي، يُضاف إلى ذلك أمر مهم وهو الأسلوب أو طريقة سرد الخبر الصحفي، حيث أصبح من غير المجدي سرد الأخبار أو وصفها وصفاً عادياً بالطرق التقليدية في ظل التقدم التكنولوجي ودخول التقنيات الإلكترونية الحديثة إلى كل مفصل من مفاصل حياتنا اليومية، وبالتالي تعددت مصادر الحصول على الأخبار الصحفية، أي أن الطرق التقليدية في كتابة الأخبار (سواء طريقة (قاعدة) الهرم المعكوس أو الهرم المعتدل) وتقديمَها إلى الناس لم تعد مجدية بشكل كبير.[2]

ومن الناحية التحريرية يتكون الخبر من: مقدمة (استهلال)، ومتن (تطور الخبر) أو صلب الخبر، وخاتمة، إضافة إلى عنوان في معظم القوالب الفنية للخبر، ولكنها تختلف بين قالب وآخر ومن صحيفة إلى أخرى.

2

قواعد صياغة الخبر الصحفي:

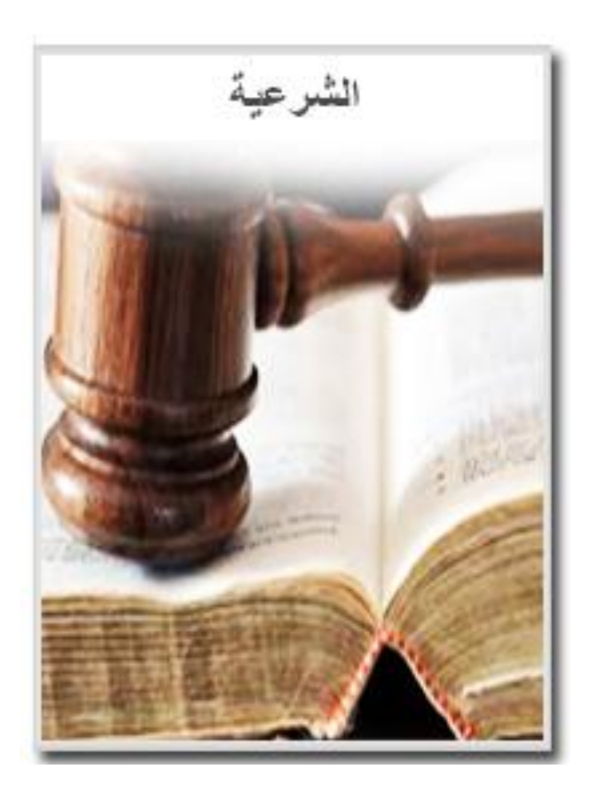
لا بد من توفر المعلومات اللازمة لصياغة الخبر الصحفي، وذلك للإجابة عن التساؤلات الستة (من – ماذا – متى – أين – لماذا – كيف؟)، إلا أنه أحياناً لا يستطيع الصحفي الإجابة عن الأسئلة، ولكن عليه أن يحاول ويلتزم بالقواعد التالية في صياغة الخبر:



1. الدقة: وتعني التأكد من الحقائق – العناوين – الأسماء – التواريخ – الأماكن – تتابع الحدث، وتتم مراجعة الحدث من جهتين على الأقل، وقد يستلزم الأمر العودة إلى مصدر الخبر في حال عدم التأكد، وهنا يجب أن يكون الصحفي على درجة كبيرة من الحساسية والوضوح ولديه المقدرة على فهم القصة الخبرية بشكل جيد واتخاذ القرار الصائب.



2. سهولة الصياغة: وذلك من خلال معرفة كم مرة سبق أن نُشر شيء عن الحدث حتى لا يكرر نفسه، ومعرفة ما لدى جمهور الخبر من معلومات.



3. الشرعية: وتعني أن يمارس الصحفي عمله في إطار القانون والضوابط التي تحكم أفراد المجتمع ومؤسساته، وذلك بعدم القذف أو تعريض أي شخص للبغض أو السخرية أو الاحتقار، أو تشويه سمعته أو إفشاء أسرار الدولة العسكرية والأمنية.



4. الحياد: من خلال نقل الخبر دون الحكم عليه، وترك الحقائق تعبر عن الواقع.



5. الذوق العام: ويعني التزام الآداب العامة والأخلاقيات المجتمعية من خلال اختيار الكلمات بدقة ومراعاة الحساسيات والانتماءات.

ب. الإلمام بمهارات التحقيق الصحفي:



يُعد التحقيق الصحفي من أهم فنون التحرير التي تهتم بتقديم الوقائع والتعمق فيها بعيداً عن العموميات واللغة الإنشائية الخطابية، من خلال معالجة قضية أو مشكلة أو ظاهرة قديمة أو حاضرة أو مستقبلية من مختلف جوانبها، ويكون العنصر السائد فيها هو الدراسة والتحليل والاستنتاج.

ويرتبط التحقيق الصحفي بشخصية كاتبه، لذا على المحقق الصحفي أن يكون مثقفاً وملماً، واسع الاطلاع، ومهنياً، إضافة إلى ذلك يجب أن يكون مدركاً لكيفية إعداد التحقيق الصحفي وبنائه وكتابته، وكيفية صياغته وآلية إخراجه.



فالصحفي المحقق بقدر ما يكون متعايشاً وقريباً من الواقع العام بمفرداته وأحداثه وقضاياه واهتماماته، بقدر ما يكون ناجحاً في أداء التحقيقات التي تُطلب منه أو حتى إحداث سبق صحفي، من خلال قدرته على مقاربة الحقائق، وإيجاد الحلول للمشكلات العامة التي تكتنف قضية ما بما تتضمنه من معالجات يومية، إضافة إلى ما يمتلكه من أفكار لتحقيقات صحفية، ونتائج دراسات أو بحوث، أو تصريحات مسؤولين أو

خبراء، ومشاهدات شخصية (لمحة إبداعية)؛ لأن فكرة التحقيق تكون مستقاة عادة من حياة الناس واهتماماتهم ومعاناتهم اليومية، ولاسيما أن الغرض الأساسي منه أياً كان موضوعه هو التفسير الاجتماعي للأحداث.

ويتنوع مجال التحقيقات الصحفية ما بين تحقيقات الرحلات والزيارات، والتحقيقات الوثائقية، والتحقيقات المتعلقة بأحداث دورية ذات طابع متجدد.. إلخ.

ج. مهارة كتابة المقال الصحفي:

يمكن تعريف المقال الصحفي أنه "الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة، وعن آراء بعض كتّابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي، ويقوم المقال الصحفي بهذه الوظيفة من خلال شرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة"[3].

وبهذا يُعد المقال الأداة الرئيسية للتعبير عن الرأي، ويختلف المقال الصحفي عن المقال الأدبي أو المقال العلمي، فالمقال الأدبي هو الذي يعبر عن عواطف كاتبه وتجربته الذاتية، ومشاعره الوجدانية تجاه موقف خاص أو موقف عام، في حين أن المقال العلمي هو أداة العالم المتخصص لوصف الحقائق العلمية من خلال منهج يقوم على الموضوعية المطلقة.

وبينما يحتل المقال الصحفي موقع الوسط بين الاثنين، ففيه شيء من ذاتية الكاتب الأدبي، وفيه شيء من موضوعية العالم، وأهم ما يميز لغته هو السهولة والبساطة والوضوح، فتكون لغته هي لغة الحياة اليومية العامة، أما موضوعات المقال الصحفي وأنواعها فهي على حسب الصحف والمجلات، فمنها للتسلية والقراءة العامة[4]، وهناك أنواع عديدة للمقال الصحفي منها: المقال الافتتاحي، والعمود الصحفي، والمقال النقدي، والمقال التحليلي.

---

2. [3] فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة، عالم الكتب، 1990م.
3. [4] عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000م.

ما اللغة الصحيفة التي يجب أن يعتمدها الصحفي حتى تصل أفكاره إلى جمهور القراء؟

تُعد اللغة هي الوسيلة الرئيسة لنقل المعرفة في المجتمع الانساني، والفن الصحفي هو فن التغلب على عقبات الفهم ويسر القراءة، ولما كان النص الصحفي في الصحيفة يمثل العملية التي يتم من خلالها الاتصال بين الصحفي والقارئ، فإن هذه العملية ينبغي أن تتم بأقل ما يمكن من تداخل وبطريقة اقتصادية ناجحة من خلال اختيار الصحفي لرموزه وكلماته وصوره وعناوينه وتقديمها بعناية تامة وطريقة جذابة تحقق يسر القراءة، والابتعاد عن طابع التحرير الأدبي، والتعميمات التي لا معنى لها، والجمل الطويلة، واعتماد الجمل القصيرة المحكمة والمنطقية والكلمات المناسبة التي تصيب الهدف.

وهذا يحتّم على الصحفي أن يكون على جانب كبير من اللباقة والذكاء والمعرفة النفسية بالجمهور وإدراكه لمتطلباته، فضلاً عن تحلّيه بعقيدة راسخة، وقلم بليغ يفرض عليه مخاطبة الجمهور كل يوم بأسلوب سهل مشرق.

ثانياً: الأسس الفنية للكتابة الصحفية الواضحة

ثمة أسس لا بد من أن يحرص الكاتب الصحفي على تحقيقها خلال كتابته وتحريره للموضوعات الصحفية، وهذه الأسس مقتبسة من كتاب "أساليب الكتابة الواضحة" Techniques of clear writing لمؤلفه Robert Gunning الذي عمل مستشاراً لنحو 100 صحيفة يومية، ونذكر من هذه الأسس التالي[5]:

1. يجب أن تكون الجمل قصيرة نسبياً بحيث يكون هناك نسبة وتناسب بين الجمل القصيرة والطويلة، لكي لا يتسلل الملل إلى القارئ وتتسم الكتابة بالحيوية.

---

[5] .4 Robert Gunning، Techniques of clear writing، موقع الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي.

2. أن تكون الجمل إما بسيطة وإما مركبة، فالجمل البسيطة أكثر حيوية وأهمية، ولكن ذلك لا يعني استبعاد الجمل المركبة؛ لأن التعبير الواضح يحتاج إلى النوعين معاً دون طغيان الجمل المركبة، والمهم أن تكون الجملة معبرة عن الأفكار المراد طرحها.

مثال: من سلسلة موضوعات صحفية حول الحياة في مستشفى للأمراض العقلية فازت هذه السلسلة بجائزة الكتابة الصحفية، راجع جيداً المزاوجة بين الجمل البسيطة والأخرى المركبة والإيقاع العام للكتابة:

"كانت الساعة فوق رأس أنتوني تشير إلى الثامنة وإحدى عشرة دقيقة، كان ذلك صباحاً، لم يكن أنتوني قد أكل أو شرب شيئاً منذ منتصف الليلة البارحة، كان قد رُبط إلى سرير غطته ملاءة زرقاء وتحركه أربع عجلات، وقف بالقرب منه اثنان من الأطباء النفسانيين وممرضتان واثنان من الفنيين، /64/ قالت الممرضة وهي تنظر إلى جهاز ضغط الدم، وضعت أصابعها على يده لمعرفة النبض، قالت الممرضة: 64، في آخر مرة عُولج فيها كان يعاني شيئاً من الحرارة، لا بد من متابعته.

كان أنتوني يرتدي قميصاً أفريقياً، كانت عيناه نصف مفتوحة، وكان جسده الضخم يملأ السرير، لقد جاءت به الممرضة من جناح الاستقبال الذي قضى به قرابة أربعة أشهر إلى حجرة صغيرة ونظيفة.

بعد نحو سبع عشرة دقيقة سوف يتعرض المخ لشحنة كهربائية قدرها 140 فولتاً.

هذا هو العلاج السابع لأنتوني ولايزال أمامه علاج آخر قبل أن يخرج من المستشفى".

3. يجب تفضيل الكلمات المألوفة فهي دائماً الأقرب إلى قلب القارئ لتوصيل المراد توصيله.

4. يجب تحاشي الكلمات غير المهمة وغير المؤثرة، وفي معظم الحالات يمكن اختصار الأخبار والمقالات والمواد الصحفية دون أن يؤثر ذلك في المعنى.

5. عند الكتابة يجب التعبير باللغة نفسها المستخدمة في الكلام، والبعد عن التعبيرات الرسمية المعقدة خصوصاً في المقدمة.

"اكتب كما لو كنت تتحدث، اجعل للغتك جرساً وموسيقا".

6. يجب استخدام مصطلحات غير مبهمة يمكن للقارئ تخيلها وتصورها، ولو تم استخدام مصطلح غامض يجب على الكاتب شرح معناه ومغزاه للقارئ، وفى كل الحالات حاول أن تكتب لغة يسهل على القارئ تصورها.

7. يجب التجانس مع تجربة القارئ وموقفه وواقعه، فلا تمطره بحقائق مبهمة من دون إعطاء بعض الأمثلة التي تتماشى مع واقعه الملموس، والأمثلة مطلوبة لتقريب الواقع إلى فهم القراء.

كيف تصف بركاناً لقراء لا يعرفونه ولم يشاهدوه من قبل؟

ثالثاً: الفرق بين المحرر الصحفي والكاتب الصحفي

لا يفرق كثيرون ممن تناولوا مفهوم التحرير بين الصحفي والمحرر، لكن منظومة التحرير الصحفي التي تستند بالأساس إلى التفريق بين الكتابة والتحرير تسحب هذا أيضاً على العاملين في هذين المجالين على النحو التالي:



الكاتب الصحفي: هو الشخص الذي ينقل الحدث من ميدانه سواء كان سرداً لتصريحات أم وصفاً لحادثة أم عرضاً لمعطيات عبر نص مكتوب يُعرف باسم الكود الخبري، ومن ثم يرسله إلى ديسك التحرير في المؤسسة التي يعمل بها، وعادة ما يكون هذا الكود مادة خام، تحوي معلومات لا تكون بالضرورة في شكلها التحريري النهائي القابل للنشر.



المحرر الصحفي: هو صحفي تم صقل مهاراته الصحفية في الميدان قبل أن ينتقل إلى العمل في ديسك التحرير في المقر الرئيس للمؤسسة الصحفية، وتتحدد طبيعة عمله في استقبال النصوص الصحفية وقراءتها بتأنٍ ومراجعتها بدقة للتأكد من صلاحيتها تحريرياً قبل الدفع بها إلى النشر.

لكن ثمة فرق آخر مهم بين الكاتب الصحفي والمحرر الصحفي يتمثل في أن الأول يحتاج إلى جهد جسماني أكبر وذهني أقل تفرضه طبيعة العمل الميداني الذي يحتاج تحركاً دائماً إلى مواقع الأحداث والوجود فيها، أما الثاني فيتطلب منه العمل المكتبي جهداً ذهنياً أكبر وجسمانياً أقل تستوجبه القراءة المتأنية في النص المكتوب، والتركيز في إعادة صياغته للتأكد تماماً من خلوه من الأخطاء التحريرية واللغوية.

سؤال: هل يمكن أن يحل الصحفي مكان المحرر وبالعكس؟

بالتأكيد نعم، فقد تكلف المؤسسة الصحفية المحرر العامل في الديسك للقيام بمهام ميدانية، وبالتالي يتحول تلقائياً إلى صحفي ميداني يحتاج بدوره إلى مساعدة المحرر العامل في غرفة الأخبار للتأكد من صلاحية نصه المكتوب للنشر وفق معايير التحرير للمؤسسة.

رابعاً: مميزات الصحفي الناجح:

من الحقائق المطلوبة في الصحفي كما بينها "ستانلي جونسون وجوليان هارسي" 1960[6]: الرغبة المتزايدة إلى حب الاستطلاع، ومرونة الشخصية، وارتياد المجتمعات، والميل إلى الترحيب بالتجارب

---

5. [6] تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000م.

المختلفة، وأن يكون ذا عقل واعٍ كثيرَ التساؤل والاستفسار، كما يتعين على الصحفي أن يكون على قدر وافٍ من الثقافة، وذا شغف بالسياسة والاقتصاد والاجتماع ويُدخل على معرفته شعوراً بالمسؤولية الاجتماعية والقيادة.

ويضيف فاروق أبو زيد[7] عدداً آخر من الصفات التي يجب أن تتوافر لدى الصحفي وهي أن يكون سريع الحركة قادراً على التنقل إلى أماكن الأحداث في وقت وقوعها وفي أسرع وقت، وأن يكون قوي الملاحظة سريع البديهة يلتقط بأذنه وعينه ما لا يستطيع الانسان العادي أن يلاحظه. (راجع الملحق رقم/1/).

تدريب:

في ظل ما تقدمه الثورة العلمية والتقنية من إنجازات على صعيد العمل الإعلامي، هل بمقدور أي شخص ممارسة العمل الصحفي برأيك؟

يظن البعض أن العمل الصحفي أصبح يتميز بالسهولة نتيجة ما قدمته وتقدمه الثورة العلمية التقنية من إنجازات، صحيح أن العاملين في الصحافة من صحفيين وفنيين.. إلخ في الوقت الراهن يستحوذون على كثير من الشروط المادية والتقنية المريحة، والتي تساهم في سرعة إنجاز أعمالهم، كما أنهم يحصلون على سيل عارم من المعلومات وبسرعة فائقة، كما



ازداد عدد الكادر الصحفي المتخصص، وأصبح الوصول إلى الجمهور بأسرع وقت ممكن أمنية متحققة، لكن على الرغم من كل ما ذكر لا يمكن القول إن العمل الصحفي هو أسهل مما كان عليه في الماضي وذلك لأسباب عدة أبرزها:

1- إن القضايا والمسائل المطروحة في يومنا الحاضر هي أكثر صعوبة وتعقيداً وعدداً من أي وقت مضى.

---

6. [7] فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، جدة، دار الشروق، 1984م.

2- ازدياد مسؤوليات وواجبات الصحفي تجاه المجتمع.

3- تطور المستوى الفكري والثقافي والسياسي للجمهور بشكل كبير وازدياد وقت الفراغ لدى أفراد المجتمع، وبالتالي أصبح الفرد يبحث عن طريقة ملائمة لقضاء أوقات فراغه بصورة مجدية، وازداد بالتالي دور الصحفي وكثرت مسؤولياته، وصار يبذل مجهوداً أكثر لإرضاء وإشباع رغبات جمهوره المتنوعة، وتَحتم عليه أن يكسب باستمرار عدداً متزايداً من الناس إلى قناعاته التي يتبناها ويؤمن بصحتها وسلامتها.

الخلاصة

نستنتج مما تقدم أن الصحفي المؤهل والملتزم بأخلاقيات مهنة الصحافة هو السبيل في إنجاح أي صحيفة مطبوعة ينتمي إليها.

ونظراً للارتباط الوثيق بين نظرة المجتمع إلى مهنة الصحافة، وتسهيل مهمة الصحفي والقيام بوظائفه داخل المجتمع، فإن هيبة وسمعة ونفوذ الصحفي من الأمور المهمة للغاية، إذ يشكل الصحفي في وعي المجتمع نقطة مركزية لعلاقات كثيرة العدد والاتجاهات، لهذا تزداد مهمة الصحفي؛ لأن نشاطه الإبداعي ملك لكل أفراد المجتمع، وهذه الخاصية تعطيه مكانته المرموقة في مجتمعه، أما هيبته فهي تأتي من المعرفة والكفاءة، والخبرة والتجربة، والمقدرة على التحليل العميق، والتوقع والتنبؤ؛ لأن لنشاطه المهني تقييماً اجتماعياً يتمثل بإقبال الجمهور على متابعته أو رفضه لما يقدم له.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- من قواعد صياغة الخبر الصحفي:

A. صياغة الخبر بطريقة الهرم المعكوس.

B. الحصول على المعلومات اللازمة بطريقة سرية.

C. تقديم المعلومات بلغة انشائية خطابية.

D. الحياد والموضوعية.

الإجابة الصحيحة: D. الحياد والموضوعية.

2- من مهارات كتابة التحقيق الصحفي:

A. تحليل الوقائع والتعمق بدراستها.

B. أن يعبر كاتبه عن تجربته الذاتية ومشاعره الوجدانية.

C. الالتزام بالموضوعية المطلقة.

D. كل ما سبق غير صحيح.

الإجابة الصحيحة: A. تحليل الوقائع والتعمق بدراستها.

3- من الأسس الفنية للكتابة الصحفية الواضحة:

A. اعتماد الجمل الطويلة.

B. اعتماد الجمل المركبة والمعبرة عن الأفكار المراد طرحها.

C. التجانس مع تجربة القارئ وموقفه وواقعه.

D. الابتعاد عن استخدام الكلمات المألوفة.

الإجابة الصحيحة: C. التجانس مع تجربة القارئ وموقفه وواقعه.

4- يعد العمل الصحفي في الوقت الحالي أصعب مما كان عليه في الماضي لعدة أسباب أبرزها:

A. سرعة الحصول على كم هائل من المعلومات.

B. تعقد القضايا والمسائل المطروحة.

C. ازدياد عدد الكادر الصحفي المتخصص.

D. تدني المستوى السياسي والثقافي للجمهور.

الإجابة الصحيحة: B. تعقد القضايا والمسائل المطروحة.

المراجع

1. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، بيروت، دار الشروق، 1981م.
2. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة، عالم الكتب، 1990م.
3. عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000م.

Robert Gunning، Techniques of clear writing، موقع الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي.

4. تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000م.
5. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، جدة، دار الشروق، 1984م.

الوحدة التعليمية السابعة

آليات بناء أجندة الأفكار في الصحيفة المطبوعة

مقدمة:



تعاني الصحف المطبوعة من أزمات عدة منشؤها عاملان: الأول يتعلق بضعف التوزيع الناتج عن منافسة وسائل الاعلام الإلكترونية لها وبخاصة التلفزيون، وقد ترتب على ضعف التوزيع ضعف الوارد الإعلاني الموجه إلى الصحيفة وانتقاله إلى المنافس الإلكتروني، وهو العامل الثاني الذي نشأت عنه أزمة الصحيفة،

ومن هنا فإن التطورات المتتالية التي تحدث في مجال الاتصال الجماهيري تفرض تحديات جديدة على الصحيفة كوسيلة مطبوعة، ويأتي في مقدمة هذه التحديات حتمية التطوير في المعادلات التي تحكم الفن الصحفي داخل الصحيفة.

من هنا يمكننا القول إن أبرز التحولات التي يجب أن تحدث داخل الصحيفة تتمثل في صياغة أجندة الأفكار الصحفية التي تظهر في التقارير والتحقيقات الصحفية بشكل يحقق لها المنافسة مع الوسائل الأخرى، ويجذب المزيد من القراء إليها.

وتأتي أهمية صياغة أجندة الأفكار من خلال التقارير والتحقيقات الصحفية، ولاسيما بعد أن أصبحت المطبوعات الصحفية عاجزة إلى حد كبير عن منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في مجال السبق الصحفي الذي يعني بمفهومه الحديث السبق بالفكرة الصحفية الجديدة التي تُعالَج بشكل ناجح على سطور تقرير أو تحقيق صحفي تؤدي بالصحيفة إلى جذب مزيد من القراء. سنتطرق في هذه الوحدة إلى آليات بناء أجندة الأفكار في الصحيفة المطبوعة من خلال التعرف على كيفية اختيار الفكرة الصحفية، ومعالجتها في إطار الفنون الصحفية، والضوابط التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند اختيار هذه الفكرة، إضافة إلى إدراك العوامل التي تعرقل عملية العرض المتوازن للمعلومات والأخبار داخل الصحيفة المطبوعة.

أولاً: اختيار الفكرة ومعالجتها في إطار الفنون الصحفية

إن الفكرة التي ترد ضمن المادة الصحفية ليست من إبداع خيال المحرر الصحفي؛ لأن الفن الصحفي ليس محاولة لإبداع الفكرة بقدر ما هو محاولة لصياغة الفكرة أو المعلومة في قالب معين بعد اتخاذ القرار باختيارها، وبناءً على ذلك يتركز جهد المحرر الصحفي في صياغة الأفكار والمعلومات التي يتم تجميعها من مصادر مختلفة، وليس في ابتكارها أو إبداعها.

وعلى الرغم من أن النص الصحفي في جوهره هو تعبير عن موضوع وليس تعبيراً عن الذات، إلا أن هناك مساحة يمكن للمحرر في إطارها أن يعبر عن رؤيته الذاتية في الموضوع، وهذه المساحة تختفي وتظهر حسب طبيعة الفن الصحفي وفق الآتي:

أ. اختيار الفكرة ومعالجتها في المادة الصحفية الخبرية

لا يستطيع المحرر الصحفي في المادة الخبرية أن يعبر عن وجهة نظره الذاتية لسببين هما:

1- إن المساحة الأساسية داخل الخبر الصحفي تُعطى لمصدر المعلومة الصحفية التي تتولى دور الموجه للأفكار التي تظهر في النص الخبري، وبالتالي لا يستطيع المندوب أو المحرر أن يتدخل بالنص الخبري سواء بالحذف أم الإضافة؛ لأن ذلك يتنافى مع موضوعية الخبر.

2- [1]"إن الفكرة الصحفية سواء كانت سرداً لمعلومة أو تصريحاً أو حادثة معينة لا تكتسب أي درجة من المصداقية لدى القارئ لها إلا بإسنادها إلى مصدر معين"[2].

ب. اختيار الفكرة ومعالجتها في الفنون الصحفية التفسيرية كالتقرير والتحقيق الصحفي

إن محرر التقرير أو التحقيق الصحفي محكوم بمرجعية أعلى منه تتمثل في رئيس قسم التحقيقات، أو من يأتي بعده من قيادات صحفية أعلى منه تشارك في اتخاذ القرار المتعلق باختيار الفكرة، وأسلوب معالجتها، إضافة إلى مرجعية المصادر التي يلجأ إليها الصحفي في جميع الأفكار والآراء والمعلومات.

ولكن على الرغم من كون مصدر المعلومة في التقرير أو التحقيق الصحفي يتمثل في الشخصية التي تتمحور حولها المادة الصحفية سواء أكانت شخصية مسؤولة أو متخصصة في مجال معين أو أحد أفراد الرأي العام أم وثيقة أم مستندات، فإن للمحرر دوراً في إنتاج أفكار جديدة يجمعها من مصادر مختلفة، ويقوم بمعالجتها بشكل متميّز، بحيث يجعل تحقيقه الصحفي يتفوق على التحقيقات الأخرى لزملائه حول الفكرة ذاتها، وبذلك تتضح الحدود الذاتية والموضوعية في الأفكار الصحفية التي تظهر في التحقيقات والتقارير الصحفية.

1

2 – محمود إبراهيم خليل، شريف درويش اللبان، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ج1، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000م.

ج. اختيار الفكرة ومعالجتها في المقال الصحفي:

إن مصدر المعلومة في المقالات الصحفية وبخاصة الأعمدة الصحفية، عادة يكون نابعاً من الكاتب الصحفي ذاته إلى جانب المصادر التي يعتمد عليها في استقاء أفكاره، بحيث يتمتع بحرية كاملة في الاختيار بين هذه الأفكار، وفي الأسلوب الذي سيسلكه في معالجتها، بشرط ألا يخرج عن الخط العام الذي تلتزم به الصحيفة.

وفي هذا المجال يرى "George Barid" أن كاتب المقال لا يعتمد في أفكاره على قيادة صحفية أعلى منه تزوده بالجديد مما ينبغي أن يكتب فيه، بل يبحث دائماً عن الأفكار التي يناقشها، ويقرر بحرية كاملة ما سيتناوله من هذه الأفكار داخل مقالاته، ويضع معظم هؤلاء الكتّاب في العادة خطة ثابتة للبحث عن أفكار كتاباتهم"[3].

تدريب:

مما سبق حاول أن تستنتج أياً من الفنون الصحفية المذكورة أعلاه تتضح فيها الحدود الذاتية والموضوعية للمحرر الصحفي أكثر من غيرها.

ثانياً: ضوابط اختيار الفكرة داخل الفنون الصحفية

تهدف الفنون الصحفية على اختلاف أنواعها إلى الحصول على أعلى درجة من المصداقية والقبول من جانب القراء، وتحقيق الانسجام مع البيئة الاجتماعية الخارجية التي تحيط بها، والإيديولوجيا السياسية السائدة، ومع ذلك فإن الأمر لا يخلو من معارضة، وأحياناً عداء القراء لبعض المواد الصحفية التي تتضمن آراء ومعلومات تتعارض مع قناعاتهم الشخصية، عندئذ تبدأ عملية إطلاق الأحكام على المحرر، أو الصحيفة التي يكتب فيها، أو على كليهما.

وانطلاقاً من ذلك يمكننا تحديد مجموعة من المجالات التي تشكل ضوابط على حرية الكاتب الصحفي في إنتاج الأفكار، ولاسيما في المجتمعات العربية من خلال ما يلي:

[3]– George, Barid, L. Modern Article Writing, U.S.A ,Brown Company Publisher, 1985.



1- الضابط الديني: ويتمثل في تجنب الكاتب الصحفي للقضايا والأفكار التي تتعارض مع الثوابت الدينية، أو مع بعض المفاهيم الاجتماعية المتعارف عليها.



2- الضابط الاجتماعي: وذلك من خلال مراعاة الكاتب الصحفي الاعتبارات الاجتماعية للمجتمع، وتجنبه استخدام المفردات المتعلقة بأمور تمس القيم الاجتماعية لدى القارئ، كالمفردات المعبّرة عن الجنس أو بعض أجزاء الجسم.



3- الضابط التشريعي: من خلال التزام الصحفي بقوانين الصحافة والنشر الصادرة في بلده تجنباً من الوقوع في إحدى جرائم النشر.



4- الضابط المؤسسي: ويتمثل في عدم تجاوز الصحفي الخطوط العريضة لإيديولوجية الصحيفة التي يعمل بها كما يعبر عنها مالكها، سواء كانت الصحيفة مملوكة لأحزاب أم أفراد، وتتحدد الخطوط الإيديولوجية من خلال السياسة التحريرية للصحيفة.



5- الضابط المتعلق بالقيادة الصحفية:

ولاسيما القيادة الصحفية المسيطرة أو ذات القدرة على التأثير في الغير.

تدريب:

أيُّ ضابط من الضوابط المذكورة أعلاه يمارس التأثير الأبرز على حرية الصحفي في إنتاج الأفكار برأيك؟

ثالثاً: العوامل التي تعرقل عملية العرض المتوازن للأخبار والمعلومات في الصحيفة

هناك العديد من العوامل التي تعوق العرض المتوازن للأخبار والمعلومات داخل الصحيفة، بحيث توجه اختيارات المحررين لنشر أخبار معينة وإهمال أخرى، وتتعدد هذه العوامل وتتراوح بين العوامل الذاتية والشخصية للمحررين، والضغوط المؤسسية والمجتمعية التي يعملون في إطارها، وفيما يلي أبرز العوامل التي تؤدي دور الموجه لعملية نشر الأخبار والمعلومات داخل الصحيفة:

1- **العنصر البشري:** ويشمل الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية وخلفيتهم الاجتماعية وكفاءاتهم المهنية، إذ يتولى هؤلاء عملية جمع الأخبار وصياغتها وتقييمها ونشرها على ضوء ثقافاتهم وفهمهم وكفاءاتهم. ويتضح تأثير الكفاءة المهنية وثقافة المحررين في توجيه عملية نشر الأخبار بصورة أكبر إذا ما تتبعنا عمليات التقييم المتعددة والمستمرة التي يتعرض لها الخبر في مساره حتى النشر وما بعد النشر، فالمحرر الذي يجلب الخبر أو يستقيه من مصادره المختلفة يقوم في البداية بعملية تقييم ميدانية لهذا الخبر، عندئذٍ إما أن يزداد اهتمامه بالخبر أو يقل، وفي حال حاز الخبر على اهتمام المحرر يبحث عن مزيد من التفاصيل حوله، وعندما يقوم بصياغة وقائعه فإنه قد يهمل أحدها ويهتم بأخرى، فيُبرز عناصر معينة يضعها في مقدمة الخبر، ويهمل عناصر أخرى فلا يذكرها أو يضعها في نهاية الخبر.



وعندما تتراكم أخبار كثيرة أمام رئيس قسم الأخبار، فإن عملية التقييم تبدأ من جديد، وقد تنتهي باستبعاد أخبار كثيرة وتقديم أخرى، لتتكرر عملية التقييم مع رئيس التحرير أو نائبه، وذلك بعد أن يتم إعداد الأخبار للنشر، فيختار منها ما هو مناسب ليضعه في الصفحة الأولى، ويحدد ما يضعه في الصفحات الداخلية، بينما نجده يستبعد أخباراً أخرى، وحتى بعد أن يتم طبع الصحيفة فإن عملية التقييم لا تنتهي، فقد يتم في الطبعات الأولى استبعاد بعض الأخبار وإحلال أخرى محلها، واختصار بعض الأخبار المنشورة من أجل التوسع في نشر أخبار أخرى.

2- **سياسة الصحفية وتوجهاتها:** تؤثر السياسة التحريرية للصحيفة على الطريقة التي يتبعها الصحفي في معالجته الخبرية للأحداث، إذ يجد نفسه دائماً مطالباً في ممارسته الصحفية ومعالجته للأحداث بالالتزام بمجموعة من المبادئ والقواعد والتقاليد التي تسير عليها الصحيفة، وإلا تعرض للعقاب المادي أو المعنوي.

فمنذ تأسيس الصحيفة يتم تقرير سياستها وطابعها الصحفي، ثم يجري الحفاظ على هذه السياسة أو تغييرها في ضوء تغيّر الظروف الاجتماعية والحياة السياسية التي تعد الصحيفة جزءاً منها، وتخضع صياغة السياسة التحريرية للصحف إلى عوامل عدة لها علاقة مباشرة في توجيه الأخبار أبرزها:

أ- التمويل والأحوال المالية: فالصحيفة شأنها شأن كل مشروع تجاري إما أن تربح أو تخسر وتنسحب من الميدان، لذلك هي بحاجة دائمة إلى التمويل للإنفاق على عملياتها، وسواء كان الممول ناشراً أم الحكومة أم حزباً ما فإن السياسية التحريرية للصحيفة يتم تكييفها لخدمة أهداف ومصالح واهتمامات هذا الممول.

ب- مسؤوليات الصحيفة تجاه المجتمع والأفراد والنظام السياسي: في ضوء هذه المسؤوليات تحدد الصحيفة ما يجب أن يُنشر من أخبار، والكيفية التي يُنشر بها، وذلك وفق مفهومها لتلك المسؤوليات بشكل يدعم وحدة المجتمع وتماسك أفراده، أو يؤدي إلى تفكك المجتمع وتهديد أمنه واستقراره.

مثال: هناك صحف تُبرِز انتقادها للنظام السياسي والحكومة، في حين نجد صحفاً أخرى تمتنع عن نشر أي خبر يمس هيبة الدولة ومكانتها، أو يضر بالنظام السياسي.

ت-المواكبة: من خلال نشر الأخبار التي يتوافق مضمونها مع أحداث معينة تمس قضية تشغل اهتمام الرأي العام.

ث-الطابع الصحفي المميز للصحيفة الذي يتحدد في ضوئه ما يُنشر من أخبار وما لا يُنشر، والطريقة التي يتم بها هذا النشر.

ج- شخصية رؤساء التحرير: إن اهتمامات وثقافة رؤساء تحرير الصحف تؤدي دوراً مؤثراً في تقرير سياسة تحرير الصحيفة، ونلمس هذا التأثير عندما نقارن مدى رواج الصحيفة، أو بروز نفوذها في عهد رئيس تحرير معين.

مثال: قد يفضّل رئيس تحرير صحيفة ما الأخبار الجادة والمتزنة أو المحافظة، وقد يفضل آخر الأخبار الشعبية خفيفة الظل، بينما يفضل ثالث قصص الرعب والإثارة والفضائح وهكذا.

ح- القيود التشريعية والقانونية الصادرة، والتي تحدد طريقةَ تنظيم ممارسة النشاط الصحفي.



3- **المصادر الصحفية:** وهي الجهات أو الأشخاص الذين يساهمون في إنتاج المادة المقدمة إلى الصحيفة مثل المندوبين، والمراسلين، والوزارات، والأجهزة الحكومية، فإن وجود المندوب أو المراسل في موقع الحدث وتناولَه للمادة الخبرية من كل جوانبها، ومقابلته للمصادر المعنية بالحدث يشكل مطلباً رئيساً لتحقيق الدقة والعمق والتوازن في المادة الخبرية المقدمة، فالسرعة بهدف تحقيق السبق الصحفي قد يسبب في فقدان الكثير من الموضوعية والدقة، كذلك التقاعس في الوصول إلى الحدث أو لقاء المصدر وطرح التساؤلات وإجراء الحوار، كل ما سبق يجعل من الموضوعية والتوازن في التعامل مع الخبر عاملاً نسبياً.

4-طبيعة النظام السياسي وإيديولوجية الدولة: تُعد المؤسسة الصحفية جزءاً من الحياة السياسية في المجتمع، فالنظام السياسي للمجتمع هو الذي يحدد نمط ملكية المؤسسة الصحفية وأساليب إدارتها، ويفرض الإيديولوجيا التي تعمل الصحافة في إطارها، والوظائف والمهام التي تؤديها في المجتمع، ومن ناحية أخرى يمثل البناء الاجتماعي والسياسي مصدراً من مصادر المعلومات الذي تستقي منه الصحافة الوقائع والأحداث، وهو بالتالي يؤثر على نوعية ما يُطرح وما لا يُطرح من مضامين إعلامية، وفي هذا المجال يمكننا

القول: إن جميع النظم السياسية بلا استثناء سواء كانت ليبرالية أم شمولية تعمل بطريقة واحدة في تحديد ما إذا كان من الضروري فرض حظر على حرية التعبير في بعض الظروف وحول بعض الموضوعات أو لا، إضافة إلى إخفاء حقيقة ما يجري: لأن كل النظم بما فيها التعسفية قد لا تمانع في إبداء الرأي في جميع المسائل، ولكنها تتحكم في حجب الأخبار حول جوهر ما يجري من أحداث، وتَبرز هذه الظاهرة بشكل واضح في المجتمعات النامية لأسباب يتعلق بعضها باحتكار السلطة والمعلومات من قبل فئة محدودة في هذه المجتمعات، أو نتيجة لضعف الأداء السياسي. (للاستزادة راجع الملحق في نهاية الوحدة).

الخلاصة

نستنتج مما تقدم أن بناء أجندة الأفكار في أية صحيفة مطبوعة يعتمد على اختيار الفنون الصحفية التي تُظهر بداخلها القدرة على السبق بالفكرة التي يلتقطها الصحفي المحترف من المجتمع الذي يعيش فيه فالسبق الصحفي لم يعد مقتصراً على السبق الخبري، وإنما تعداه إلى السبق بالفكرة الصحفية الجديدة التي تُعالج بشكل ناجح على سطور تقرير أو تحقيق صحفي، يؤدي بالصحيفة إلى جذب المزيد من القراء، ولاسيما بعد أن باتت عملية إنتاج الأخبار وتوزيعها تشكل صناعة ضخمة تتطلب امكانات هائلة، يتم تسخيرها لتوجيه الرأي العام وفق أهداف تتدخل في تحديدها عدة عوامل، تلعب دوراً مؤثراً سلبياً أو ايجابياً في عملية العرض المتوازن للأفكار داخل الصحيفة، ويحدث ذلك على عدة مستويات سواء من جانب الصحفيين أنفسهم كأشخاص، أو من قبل المؤسسات الصحفية التي يعملون بها، والمصادر الصحفية التي يتعاملون معها، أو في إطار المجتمع الأكبر بأيديولوجيته، وأوضاعه السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- لايستطيع محرر المادة الخبرية التعبير عن وجهة نظره الذاتية بسبب:

A. محدودية مساحة الخبر الصحفي.

B. الالتزام بمرجعية المصادر.

C. لأن وجهة النظر الذاتية تتنافى مع موضوعية الخبر.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

2- يتمتع كاتب المقال الصحفي بعدة ميزات أبرزها:

A. اعتماده الكلي على المصادر في استقاء معلوماته.

B. الحرية الكاملة في اختيار أفكاره.

C. الالتزام بالخط العام للصحيفة.

D. كل ماسبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ماسبق صحيح.

3- يتمثل الضابط التشريعي في اختيار الفكرة داخل الفنون الصحفية من خلال:

A. تجنب القضايا التي تتعارض مع الثوابت الدينية.

B. الالتزام بقوانين الصحافة والنشر.

C. عدم تجاوز الخطوط العريضة لايديولوجية الصحيفة.

D. مراعاة الاعتبارات الاجتماعية للمجتمع.

الإجابة الصحيحة: B. الالتزام بقوانين الصحافة والنشر.

4- من العوامل التي تعرقل عملية العرض المتوازن للأخبار والمعلومات في الصحيفة:

A. الكفاءة المهنية للصحفيين.

B. الالتزام بقواعد وتقاليد الصحيفة.

C. اسلوب تقييم الأخبار.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

المراجع

محمود إبراهيم خليل، شريف درويش اللبان، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ج1، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000م.

1. George, Barid, L. Modern Article Writing, U.S.A, Brown Company Publisher, 1985.

الوحدة التعليمية الثامنة

محددات شخصية الصحيفة

تمهيد:

من الجوانب المهمة التي يجب على الناشر أن يأخذها بعين الاعتبار عند حصوله على ترخيص لإصدار صحيفة رسمُ محددات واضحة لصحيفته أي الملامح المميزة لها والتي تميّزها عن غيرها من الصحف، سواء من حيث السياسة التحريرية التي ستعتمدها أم من حيث أسلوب الإخراج الفني لموضوعاتها، أم من حيث نوعية الجمهور الذي ستتوجه إليه، ثم يبدأ بعد ذلك بوضع التصميم الأساسي للصحيفة، من حيث عدد صفحاتها ونوع الورق، والعناصر التيبوغرافية التي سيعتمدها في صحيفته.

وانطلاقاً من أهمية هذه المحددات في إبراز شخصية الصحيفة سنتطرق في هذه الوحدة إلى ثلاث شخصيات متميّزة للصحف هي: الصحف المحافظة، والصحف الشعبية، والصحف المعتدلة بهدف معرفة المحددات الخاصة والتصميم الأساسي لكل منها، الأمر الذي من شأنه إكساب الناشر معرفة ودراية حول عملية تحديد شخصية صحيفته بشكل يميّزها عن الصحف المنافسة لها.

أولاً: الصحف المحافظة Quality Journalism

هي الصحف التي تحرص على أن يكون هدفُها خدمةَ المجتمع بتقديم الأنباء الصالحة وما يتصل بها من تعليقات وتحليلات وافتتاحيات، مع الحرص على تجاهل ناحية تسلية القارئ بالطريقة الرخيصة المعتمدة على التوغل في النواحي الشخصية البحتة، لاعتبار أن هذه النواحي إنما هي للفرد لا للمجتمع، فيما عدا الحياة الخاصة للشخصيات العامة، فهي ملك للقارئ ولكن أيضاً ضمن حدود تلتزم الصحيفة بها، لذلك يطلق عليها صحافة الصفوة Elite Journalism، نظراً لالتزامها بالجدية والاتزان فيما تنشره من أخبار وموضوعات، وفيما تستخدمه من أساليب فنية في الإخراج، وأبرز مثال على هذا النوع من الصحف صحيفة التايمز اللندنية، وصحيفة الأهرام المصرية، وصحيفة السفير اللبنانية.

وتتشكل شخصية الصحيفة المحافظة من خلال ثلاثة محددات أساسية هي:

1- السياسة التحريرية المتبعة[1]:

تلتزم الصحف المحافظة بمحددات خاصة في سياستها التحريرية تتمثل بما يلي:



1- الاهتمام المتزايد بعناصر الأهمية والمصلحة والتوقيت، والتوقع والضخامة في المواد الصحفية التي تنشرها، وضعف الاهتمام بعناصر الإثارة والشهرة، والتشويق والغرابة والطرافة.

2- الاهتمام الزائد بالشؤون السياسية والاقتصادية والعلمية، وضعف الاهتمام بالشؤون الاجتماعية والرياضية والجريمة والعنف.

3- زيادة الاهتمام بالشؤون الخارجية.

4- غلبة الأخبار الجادة Hard News التي تحيط القراء بالأحداث البارزة، والتي من شأنها التأثير في حياتهم اليومية، مثل أخبار الشؤون العامة، والمسائل الاقتصادية والمشكلات الاجتماعية،

---

[1] – فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، 1986م.

والعلوم وأخبار التعليم، وأصحاب الثروات المالية، والصحة.

5- ندرة المواد الصحفية الملونة، وارتفاع درجة الالتزام بالصدق والموضوعية والدقة فيما تنشره من مواد صحفية.

2- أسلوب الإخراج الفني:



تتبع الصحف المحافظة محددات خاصة بأسلوب الإخراج الفني أبرزها:

أ. استخدام العناوين الهادفة الممتدة على مساحة أكثر من عمود صحفي.

ب. استخدام المانشيتات الهادئة، وعدم تلوين تلك المانشيتات إلا في الحالات النادرة.

ج. التحفظ في استخدام الصور، ولاسيما في الصفحة الأولى.

نوعية فئات جمهور قراء الصحيفة:



يتميّز قراء الصحف المحافظة بارتفاع درجة تعليمهم وثقافتهم ومستواهم الاقتصادي، ومعظم هؤلاء القراء من متوسطي العمر، وكبار السن، إضافة إلى أن نسبة الرجال من بين قراء الصحف المحافظة تزيد عن نسبة القراء من النساء.

ثانياً: الصحف الشعبية


DAILY Mirror
LONDON 2012
Totally axed
BBC pulls the plug on Total Wipeout
Your ultimate guide to cracking Easter eggs... from just 98p
OUT-OF-TOUCH TORIES
EVERYBODY WAS KUNG FUEL FIGHTING
Forecourt fisticuffs after No10 petrol panic
Kate the clothes swapper
FREE

تعددت تسميات هذا النمط من الصحافة ما بين اسم صحافة الجاز Jazz Journalism، أو الصحافة الشعبية، أو الصحافة الصفراء Yellow Journalism، انطلاقاً من اهتماماتها بنشر موضوعات التسلية التي تخاطب غرائز الجماهير وتسعى إلى إثارتها، وهي صحافة خبرية أي تتخذ من الخبر منطلقاً أساسياً لها، وتعتمد على القارئ المتوسط الثقافة، ويغلب عليها طابع الإثارة، وتهتم بحاجة المواطن العادي اليومية المباشرة في مختلف الأمور أكثر من اهتمامها بتثقيف القارئ وتوجيهه، وتولي عناية بالغة بنقل أخبار الممثلين والممثلات، والفنانين والفنانات والأغنياء، وكتابة القصص الكاذبة، وتتبع حوادث الدجالين وأخبارهم، وتسلية القراء.

ويقتصر وجود هذه الصحافة على الدول الرأسمالية، وبعض بلدان العالم الثالث، وهي عادة تلقى توزيعاً وإقبالًا مذهلَيْن، ومن أمثلتها صحيفة "الديلي ميرور" البريطانية، وصحيفة "لوموند" الفرنسية، وصحيفة "الإيكونومستا" الإسبانية.



ويقال إن سبب تسميتها بـ "الصحافة الصفراء" هو أن صحفياً أمريكياً يُدعى "ريتشارد" ابتدع أو اختلق شخصية "الطفل الأصفر Yellow Kid" وهي عبارة عن شخصية كاريكاتيرية اتسمت بالانحراف الخلقي، وكان هذا الكاريكاتير يُنشر ويُطبع باللون الأصفر، أما انتشار هذا النوع من الصحافة وتشجيعه فيرجع إلى كل من الصحفيَّيْن الأمريكيين "بوليتزر وهيرست" إذ أصدر هيرست صحيفة سماها باسمه بذل فيها عناية فائقة في الإخراج، وأولى أهمية كبرى لأخبار الجريمة وفضائح الجنس ونحو ذلك من الأخبار التي تحمل طابع الإثارة.

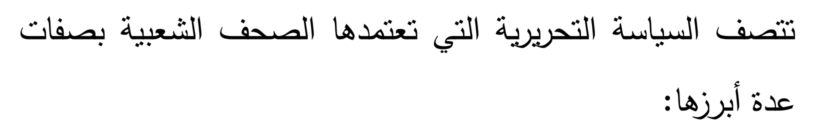


DAILY Mirror
SOUVENIR EDITION
HISTORIC PULLOUT INSIDE
Barack Obama, 44th President
REBORN IN THE USA

وتلعب هذه الصحافة دوراً ملحوظاً في التشجيع الدائم على الحروب، مصورة أن الحروب بين الدول الكبيرة والصغيرة ستعود بالأرباح الطائلة، فالصحافة الشعبية أو الصحافة الصفراء لا هم لها إلا كسب المال عن أي طريق أتى؛ لأن غرضها الأول والأخير زيادة المبيع من نسخها، ومضاعفة مساحة الإعلانات التي تنشرها، فضلاً عن موارد أخرى سرية وشبه سرية قد تحصل عليها، وقد ظلت الصحافة الأمريكية طوال تاريخها أبرع من سواها في هذا الميدان.

هذا وتتشكل شخصية الصحيفة الشعبية من خلال المحددات التالية:

1- السياسة التحريرية:





تتصف السياسة التحريرية التي تعتمدها الصحف الشعبية بصفات عدة أبرزها:

أ- تزييف الأخبار وانتحال الأحاديث، واختراع التحقيقات التي لا وجود لها في الواقع، وذلك بغية تشويش الأذهان، وبلبلة الرأي العام لغاية سياسية أو اقتصادية غير مشروعة.

ب- الاهتمام ببريد القراء بشكل يُشعر القارئ بأن الصحيفة ملك له ومُعبرة عنه، ولأن بريد القراء هو القناة التي تتعرف من خلالها الصحيفة على الاتجاهات السائدة في الرأي العام تجاه قضايا المجتمع ومشكلاته.

ت- عدم الالتزام بالصدق والموضوعية في بعض ما تنشره من مواد صحفية.

2- أسلوب الإخراج الفني:[2]



أ. استخدام المانشتات العريضة والملونة والضخمة من خلال التلاعب والتفنن بالعناوين، واللجوء إلى استعمال الألوان الكثيرة كالأحمر والأزرق والأصفر، لا لشيء إلا لإثارة القارئ، ولفت انتباهه وبصره بشكل قوي ومؤثر.

ب. التوسع في استخدام الصور سواء في الصفحة الأولى أم الصفحات الداخلية، واختيار الصور المثيرة والجذابة واللافتة للنظر، وكثيراً ما تكون هذه الصور مفتعلة ومزيفة، ولا صلة لها بالحقيقة، وتشمل هذه الصور: الرسوم الكاريكاتيرية، والكرتون الصحفي، وغالباً ما تكون مشاركاتٍ من قراء هذا النوع من الصحف.

---

[2] - فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق.

ج. الميل إلى الصدور في الحجم النصفي (التابلويد) نظراً لما يوفره هذا الحجم من إمكانيات في استخدام المانشتات العريضة، والصور كبيرة الحجم والعناوين الصارخة.

3- فئات القراء:


The Economist.
WEEKLY COMMERCIAL TIMES,

يتصف قراء ومتابعو الصحف الشعبية بانخفاض مستوى تعليمهم وثقافتهم، ومعظمهم من المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض، حيث نجد أن النسبة الأكبر من متابعي هذه الصحف من فئة الشباب، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على نسبة النسخ الموزعة من الصحيفة، والذي يفوق نسبة ما توزعه الصحف المحافظة.

ثالثاً: الصحف المعتدلة:

تعمل الصحف المعتدلة على الجمع بين الصحف المحافظة والصحف الشعبية، وتأخذ من الاثنتين معاً؛ حيث تأخذ من الصحف المحافظة بعض ما تلتزم به من جدية واتزان في اختيار الأخبار والموضوعات وأساليب وطرق الإخراج الفني للصفحات، وتأخذ كذلك من الصحف الشعبية بعض أساليبها في جذب أكبر عدد من القراء عن طريق العناوين المثيرة، والصور اللافتة للنظر ذات الاتساعات الكبيرة والألوان الجذابة بما يدفع القراء إلى متابعتها، والحرص على شراء كل عدد يصدر منها، ومن أمثلتها عالمياً صحيفة الغارديان (The Guardian) البريطانية.

ويمكننا التعرف على شخصية الصحيفة المعتدلة من خلال المحددات التالية:

1- السياسة التحريرية:

تتسم السياسة التحريرية للصحف المعتدلة بالعديد من السمات أبرزها:

أ- الاهتمام المتوازن في المواد الصحفية ما بين عناصر الإثارة والتشويق وعناصر الأهمية والمصلحة والتوقيت.

ب–الاهتمام المتوازن بالمواد الصحفية الداخلية والمواد الصحفية الخارجية.

ت–التوازن في نشر الأخبار الجادة والخفيفة.

2- أسلوب الإخراج الفني:

أ- استخدام المانشتات الهادئة والتحفظ في استخدام الصور الخاصة في المواد الصحفية الجادة، مقابل التوسع في استخدام المانشتات الصارخة والصور الخاصة في المواد الصحفية الخفيفة (الفن - الرياضة - الحوادث.. إلخ).

ب–يمكن أن تصدر بالحجم النصفي (التابلويد) مثل صحيفة الديلي ميلDaily Mail البريطانية، ويمكن أن تصدر بالحجم الكبير (ستاندارد) مثل صحيفة الغارديان The Guardianالبريطانية.

3- فئات جمهور القراء:

أغلبية قراء الصحف المعتدلة متوسط والثقافة والتعليم وينتمون إلى الطبقة الوسطى (صغار الموظفين والحرفيين).

تدريب:

بعد أن تعرفت على ثلاث شخصيات أساسية للصحف المطبوعة، ما الشخصية التي تعتمدها للصحيفة التي تريد إصدارها؟ ولماذا؟

رابعاً: كيف نضع التصميم الأساسي للصحيفة المطبوعة؟

لكل صحيفة أياً كان مستواها محافظة أو شعبية أو معتدلة لا بد لها من شخصية ومعالم وسمات تميزها عن الصحف الأخرى من خلال اعتمادها تصميماً أساسياً يبرز في القطع العام، وعدد الصفحات، ونوع الورق، وتوزيع الموضوعات والأخبار، وتخصيص الأبواب والأعمدة، والمواد الصحفية والإعلانية. إلخ، والتي تشكل بمجموعها الخصائص والسمات التي تكوّن الشخصية الاعتبارية للصحيفة.


theguardian
Johnson hits out at Osborne over austerity


اليوم إقالة أم استقالة
الأهرام
تشكيل مجلس رئاسي وإلغاء الدستور


DAILY Mirror
HISTORIC PULLOUT INSIDE
Barack Obama, 44th President
REBORN IN THE USA

1-مفهوم التصميم:

يشير تصميم الصحيفة إلى معنيين: أولهما وضع الهيكل الأساسي للصحيفة عند بدء صدورها ويسمى بالتصميم الأساسي، وثانيهما تنسيق عناصر كل صفحة في كل عدد بشكل دوري غير ثابت يتميز بالتنوع.



وتحقق أسس التصميم على اختلافها هدفين أساسيين هما:

أ- الجاذبية Attractive: وتعني جذب القارئ وشدَّه إلى شراء الصحيفة وقراءتها.

ب-الانتباه Attention: ويعني تنبيه القارئ لموضوعات الصحيفة ليكون أكثر استجابة للشكل العام. (وسيتم التفصيل في هذا الموضوع في وحدة تصميم الصحيفة وإخراجها).

2-وحدات التصميم الأساسية في الصحيفة المطبوعة:

تتمثل وحدات التصميم الأساسية لكل صحيفة مطبوعة أو مجلة في خمس وحدات على درجة كبيرة من الأهمية:

1. **وحدة اللافتة:** اللافتة هي الجزء الوحيد الثابت في الصحيفة، ويكون دائماً في صدرها، وتتضمن اسم الصحيفة مع الشعارات التي تعبر عن مضمون الاسم أو اتجاه الصفحة.
2. **وحدة التبويب:** وهو الأسلوب الذي يجري به توزيع الأبواب المختلفة على صفحات الصحيفة، ويجب أن يكون ثابتاً إلى حد كبير لإضفاء نوع من الوحدة على الصحيفة ككل.

ويُعد التبويب خطوة مرحلية مهمة تبدأ بها عملية التصميم لموضوعات الصحيفة وأخبارها، أو المجلة وتوزيعها على صفحاتها، حيث تحدد موقع ومساحة كل موضوع بدقة من البداية، مع الأخذ بعين الاعتبار أهمية الموضوع ومساحة النص والصور المرفقة، وتوزيعَ الألوان على الصفحات، وعلاقتها بوجود صور ملونه مصاحبة للموضوع، وغيرَها من المعايير والأسباب التي يتم على أساسها تقديم أو تأخير الموضوع بالنسبة إلى ترتيب الصفحات والمساحة التي يحتلها الموضوع.

ويختلف أسلوب التبويب من صحيفة إلى أخرى بحسب شخصية الصحيفة، فهناك الصحف الجادة التي تخصص الصفحات الأولى منها إلى أبواب السياسة والاقتصاد والمال والشؤون العسكرية والاستراتيجية، والصفحات التالية للأبواب الخفيفة كالفن والأدب والرياضة والمنوعات، وهناك الصحف الشعبية والتي يُطلق عليها الصحافة الصفراء التي يختلف تبويبها عن الصحف المحافظة.

3. **وحدة أرقام الصفحات:** بمعنى وضع رقم لكل صفحة، على أن يصاحب هذه الأرقام تاريخ صدور العدد، ولا بد من أن تتميز أرقام الصفحات بنوع من الوحدة من حيث حجم البنط الذي تُجمع به، وكثافتُه واتساعه، وموضعه من صفحة إلى أخرى ومن عدد إلى آخر.

4. **وحدة الأبواب الثابتة والأعمدة الخاصة:** من المعالم الأساسية للصحف والمجلات هو تخصيص جزء من مساحتها لأبواب ثابتة يكتبها بعض مشاهير المحررين والكتّاب، ومن الناحية الشكلية تخلق هذه الأبواب والأعمدة وحدة تلقائية من عدد إلى آخر، وبخاصة أن هذا النوع من الموضوعات يُخصص لها موضع ثابت، بل ومساحة ثابتة في أغلب الأحيان.
5. **وحدة الإعلانات:** من معالم السياسة الإخراجية لكل صحيفة أو مجلة تحديدُ مساحات ثابتة للإعلانات المنشورة على الصفحات.

من هذا المنطلق يبدأ المخرج الصحفي في توضيب صفحات الصحيفة طبقاً لمحددات شخصيتها، ووسيلته في ذلك استخدام الصور والإطارات والعناوين والالتزام بنشر كل مادة صحفية في مكانها إضافة إلى الاستعانة بالخرائط والرسوم البيانية والتوضيحية.

الخلاصة

نستنتج مما تقدم أن لكل صحيفة شخصية تميّزها عن غيرها من الصحف، تحريرياً وإخراجياً، كما أن لكل فرد شخصيته المتميزة والمتفردة.

وعلى هذا فإن شخصية الصحيفة تحددها سياستها التحريرية من ناحية، وجمهور القراء الذي تخاطبه من ناحية ثانية، وأسلوبها التحريري والإخراجي من ناحية ثالثة، فقد يجد المحرر الصحفي والجهاز التحريري نفسه أمام سيل من التساؤلات التي لا حدود لها حول المفيد وغير المفيد، والصالح وغير الصالح من الأخبار، ويحسم الأمر في النهاية القناعات الذاتية للعاملين بكل صحيفة، ومدى فهمهم للواقع الحضاري، والاحتياجات الأساسية للمجتمع الذى ينتمون إليه.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- تعد صحيفة التايمز اللندنية من الصحف:

A. الفنية.

B. المحافظة.

C. المعتدلة.

D. الشعبية.

الإجابة الصحيحة: B. المحافظة.

2- من سمات السياسة التحريرية للصحف المحافظة:

A. الاهتمام الكبير بالشؤون الاجتماعية.

B. الاهتمام بعناصر الإثارة والتشويق.

C. الاهتمام بالشؤون السياسية والاقتصادية.

D. عدم الاهتمام بالشؤون الخارجية.

الإجابة الصحيحة: C. الاهتمام بالشؤون السياسية والاقتصادية.

3- من سمات السياسة التحريرية للصحف الشعبية:

A. الدعوة إلى السلام ونبذ الحروب.

B. عدم الاهتمام ببريد القراء.

C. اختراع تحقيقات لا وجود لها.

D. التزام الصدق والموضوعية في موادها

الإجابة الصحيحة: C. اختراع تحقيقات لا وجود لها.

المراجع:

1- فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، 1986م.

الوحدة التعليمية التاسعة

تصميم الصحيفة وإخراجها

تمهيد:

تبحث الصحف عند بدء صدورها عن العناصر التي توفر لمظهرها الثبات والاستقرار والتفرد؛ لأن إصدار الصحيفة لا يكتمل بالتحرير وحده، أو بالصور فقط، ولا بهما معاً، وإنما تُعد آلية تصميم الصفحات وأسلوب عرض موضوعاتها، والآلية المعتمدة في تنظيم المواد الصحفية من أخبار ومقالات وتحقيقات، وإعلانات وصور ورسوم كاريكاتير وغيرها، جزءاً مكملاً للفن الصحفي.

لذلك يعد تصميم الصحيفة وإخراجها المكون الأهم من مكونات الصحيفة، إذ يساهم إلى حد بعيد في تحديد هويتها وتفردها في السوق الصحفية، وفي تعرّف القراء عليها ولاسيما بعد أن أخذت التكنولوجيا الحديثة تؤدي دوراً كبيراً في تطوير فن الإخراج الصحفي، وذلك باعتماد البرامج الرقمية المتطورة، الأمر الذي ساهم في انتشار الصحف بشكل واسع لدرجة أصبح لها دور كبير في حياتنا اليومية، ويُعتمد عليها بشكل واسع لنقل الأخبار والتعرف عليها.

وانطلاقاً من أهمية عمليتي تصميم الصحيفة وإخراجها لكونهما عمليتين رئيسيتين في تكوين شخصية الصحيفة ورسم ملامحها العامة في أذهان القراء؛ لأن الشكل هو الذي يجذب أبصارهم قبل المحتوى، سنتعرف في هذه الوحدة على آلية تصميم الصحيفة ومكوناتها، وأهمية فن الإخراج الصحفي والأسس التي يجب أن يرتكز عليها هذا الفن، وضرورة اعتماد كل صحيفة على مخرج محترف يقوم بقراءة النصوص الصحفية، وتقدير مساحتها، واختيار الحروف وأحجامها، والصور المصاحبة لها ومساحتها.

أولاً: مفهوم تصميم الصحيفة وأهدافه

التصميم الصحفي هو عملية وخطة منظمة تستهدف استثمار العناصر التيبوغرافية لإنجاز صفحة أو مجموعة صفحات تُراعى فيها تلك العناصر الجوانب الوظيفية والجمالية، وإشباع حاجات القارئ من الناحية المرئية[1].

كما يشار إلى التصميم الصحفي بأنه يحتوي على معنيين متعاقبين:

---

[1] – محمد الرفاعي، تصميم وإخراج المطبوعات الإعلانية، دمشق، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، 2007م.

أولهما: وضع الهيكل الأساسي للصحيفة عند بدء صدورها ويسمى بالتصميم الأساسي، والذي يمثل معالم شكلية ثابتة من صفحة إلى أخرى في كل عدد، ومن عدد إلى آخر على الزمن الطويل، حيث تتصل هذه المعالم بثبات شكلها وموقعها وطريقة استخدمها، لإضفاء طابع متميز للصحيفة، ومن أبرز هذه المعالم: قَطْع الصحيفة، وعدد الأعمدة، إضافة إلى تصميم الصفحة الأولى، والصفحات الداخلية، والتبويب، ونوع الورق المستخدم ولونه.

ثانيهما: تنسيق عناصر كل صفحة في كل عدد بشكل دوري غير ثابت يتميز بالتنوع[2].

وهذا يدل على أن التصميم الصحفي هو خطة معدة مسبقاً لكل جوانب الشكل في الصحيفة المطبوعة، بما في ذلك التخطيط الأولي الذي تُتخذ بشأنه قرارات إخراجية عند بدء صدور الصحيفة، والذي يمثل فلسفة إخراجية ثابتة ومتميزة تجعل للصحيفة مذاقاً مختلفاً وهوية مميزة عن بقية الصحف المنافسة.

وعلى الرغم من أن عملية تصميم الصحيفة تمثل إحدى مراحل إخراجها إلا أن هذه العملية بمكوناتها المختلفة (قطع الصحيفة – عدد الأعمدة – التبويب.. إلخ) تمثل العمود الفقري للعمليات الإخراجية المختلفة والذي يستند عليه كيان الصحيفة من الناحية الشكلية، ويحقق التماسك العضوي بين أجزائها المختلفة وبين صفحاتها، وبالتالي هو جزء لا يتجزأ من شخصية الصحيفة ومكانتها لدى القراء.

ثانياً: مكونات التصميم الأساسية للصحيفة



تتمثل مكونات تصميم الصحيفة بالقرارات التي تتعلق باختيار أنسب البدائل الفنية المتاحة أمام المخرج الصحفي للمحافظة على شخصية الصحيفة الثابتة.

وأي تغييرات يمكن أن تفكر فيها الصحيفة في تصميمها الأساسي يجب أن تكون في حدود ضيقة جداً حتى لا يشعر القارئ أنه أمام صحيفة جديدة تماماً.

ويتكون التصميم الأساسي للصحيفة من المكونات التالية:

[2] – أشرف صالح، تصميم المطبوعات الإعلامية، القاهرة، الطباعي العربي للنشر والتوزيع، 1986م.

1- القطع العام للصحيفة:

ويُقصد به تحديد أبعاد الصحيفة وحجم ملحقها، أو ملاحقها التي تصدر عنها بانتظام، وهناك نوعان أساسيان لقطع الجريدة هما:

أ- قطع الصحف عادية الحجم (Standard):
ويتراوح طولها بين 53 و56 سم، بينما يتراوح عرضها بين 41 و43 سم، وكمثال على هذه الصحف: الصحف الجادة، والصحف الرسمية، وصحف النخبة، والصحف القومية، والصحف اليومية، والصحف العامة.



ب- قطع الصحف نصفية الحجم (Tabloid):
ويتراوح طولها بين 41 و43 سم، بينما يتراوح عرضها بين 27 و29 سم، وبذلك يكون طول الصحيفة النصفية يساوي عرض الصحيفة العادية، في حين أن عرض الصحيفة النصفية مساوٍ لنصف طول الصحيفة العادية، وكمثال على ذلك صحف الإثارة والجريمة، والصحف الخفيفة، والصحف الحزبية، والصحف المحلية والإقليمية، والصحف الأسبوعية، الصحف المتخصصة، وهذا يدل على أن اختيار قطع الصحيفة يرتبط بعوامل عدة منها: شخصية الصحيفة وسياستها، وهدفها من الصدور، وطبيعة جمهورها، لذلك نلاحظ أن معظم الصحف الأكثر رواجاً في البلدان الغربية هي صحف نصفية نظراً لسهولة قراءتها في وسائل النقل المختلفة، وسرعة طيّها وفتحها.



نموذجان لصحف ذات قطع نصفي

2-عدد الصفحات:



يُتخذ القرار بتحديد عدد صفحات الصحيفة في الأيام العادية وعددها في الأيام الاستثنائية مثل العطلات والملاحق بناءً على التالي:

- طبيعة مضمون الصحيفة.
- إمكانياتها المادية.
- عدد صفحات الصحف المنافسة.

إذ يلاحَظ بشكل عام قلة عدد صفحات الصحف العربية مقارنة بالأجنبية، ويكتسب هذا القرار أهمية نتيجة التكلفة الكبيرة لطباعة الصحيفة من الورق، وتزايد أسعار الورق العالمية.

3-التبويب:

هو توزيع فئات المضمون الصحفي على صفحات الصحيفة بشكل ثابت وجذاب ومنسق مع الصفحات الأخرى بهدف مساعدة القارئ على تصفح ما يهمه من المادة الصحفية، والعثور على الأبواب التي يرغب في قراءتها.

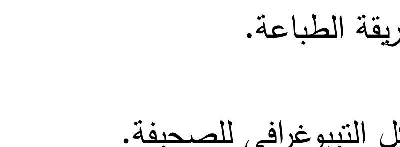
نموذج من التبويب المتبع في صحيفة الشرق





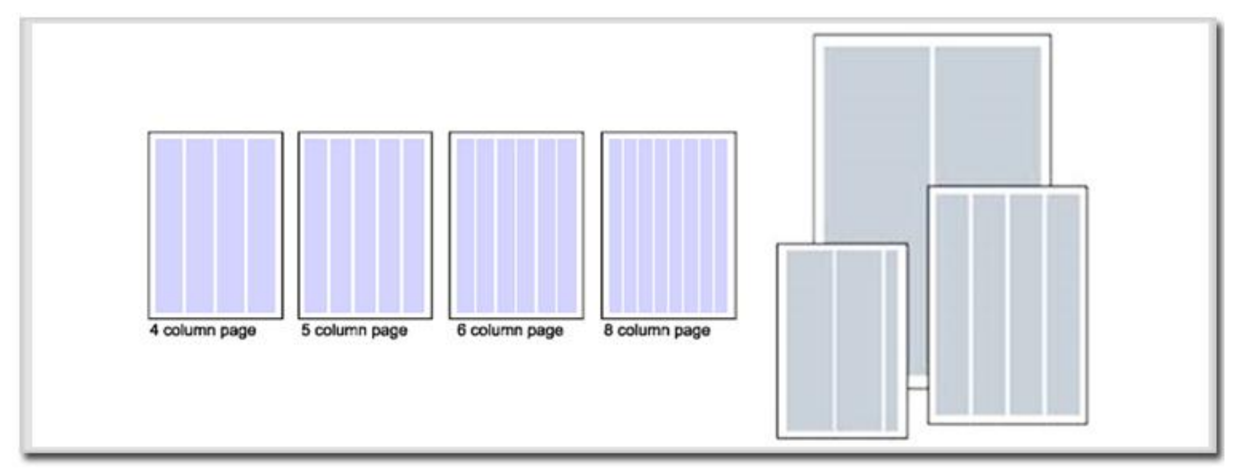
4-نوع الورق:

يمثل الورق الجزء الأكبر من تكلفة إنتاج أي مطبوع، لذا يتوقف استخدام نوع الورق المستخدم في طباعة الصحيفة على مجموعة من الاعتبارات من أهمها:



- طريقة الطباعة.
- الشكل التيبوغرافي للصحيفة.
- إمكانيات الصحيفة الاقتصادية.

عدد الأعمدة واتساعها:



يُقصد به تحديد عدد الأعمدة واتساع كل عمود داخل الصفحة، ويسميها البعض بالقطع الأساسي للصحيفة، وهي أنواع منها: القطع المتسع، وقطع ثمانية الأعمدة، وقطع ستة الأعمدة، وقطع تسعة الأعمدة، ويتراوح عدد أعمدة الصحيفة العادية من ثمانية إلى تسعة أعمدة بينما يصل عدد أعمدة الصحف النصفية من خمسة إلى ستة أعمدة، أما عرض العمود الواحد في القطعين فيتراوح بين 4.5 و5 سم تقريباً.

5- العناصر التيبوغرافية:

وتنقسم إلى نوعين رئيسيين هما:



أ- عناصر تيبوغرافية ثابتة: منها المختصة بالصفحة الأولى كرأس الصفحة والفهارس، ومنها المختصة بالصفحات الداخلية كالرسوم التوضيحية والفهارس والأبواب والأركان الثابتة.



ب-عناصر تيبوغرافية متحركة: يتغير حجمها وموقعها من موضوع إلى آخر وفق حروف العناوين والمتن ووسائل الفصل من: جداول، وفواصل، وإطارات، وأرضيات، وألوان، وصور، ورسوم.

نموذج من العناصر التيبوغرافية الثابتة في الصحيفة



على مدار 24 ساعة
24
خدمة خاصة لمشتركي القبس
97201333

القبس
رئيس التحرير وليد عبد اللطيف النصف

لإعلاناتكم في القبس
design@alqabas.com.kw
adv@alqabas.com.kw
adv1@alqabas.com.kw
Tel.: 24812134 / 24812816 / 24834321 - Fax: 24834320

الإثنين 19 ذي الحجة 1435هـ - 13 أكتوبر 2014 - السنة 43 - العدد 14858 - الكويت 44 صفحة 100 فلس 13 Oct, 2014 - 43rd. Year - No. 14858 - KUWAIT Monday

دولي
مساعدات كبيرة لإعادة إعمار غزة
الكويت تقدم 200 مليون دولار • ص 25

محليات
الجارالله: «داعش» إرهاب لا دولة • ص 4

مجلة
جمالك.. سؤال وجواب • ص 21

قضية
إسرائيليان في «أراب آيدول» من دون علم MBC • ص 22

اقتصاد
3.5 تريليونات دولار خسائر 10 أيام • ص 27

علموا أطفالكم كيفية الإدخار والتوفير • ص 28

«الكويتية»: رحلات للمواطنين إلى القدس • ص 28
KUWAIT AIRWAYS

مقالات • ص 18 • اتجاهات • ص 19 • التسالي • ص 20 • من هنا وهناك • ص 25 • البورصة • ص 26 • خدمات ومنتجات • ص 34 •

ثالثاً: إخراج الصحيفة





الإخراج الصحفي هو فن عرض المادة التحريرية المكتوبة عرضاً يحقق الجمال والمتعة والوظيفة في آن واحد، لأنه يعمل على توصيل المادة إلى القارئ بطريقة سهلة، وبصورة جميلة شيّقة، تعمل على جذبه إلى هذه المادة، وهذا يعني أن تيسير عملية القراءة، وتحقيق الانسياب البصري على سطح الصحيفة المكتوبة هما جوهر عملية الإخراج الصحفي، وبناءً عليه يمكننا القول: إن الإخراج الصحفي layout علم وفن يختص بتحويل المادة المكتوبة إلى مادة مطبوعة قابلة للقراءة تؤدي الغاية التي توخاها المخرج، أو بمعنى آخر يختص الإخراج بتوزيع الوحدات الطباعية

typographic units (الحروف والعناوين والنصوص والأشكال والصور والخرائط) وترتيبها في حيّز الصفحة، واختيار ألوانها بأسلوب يغري القارئ بقراءتها، ويلفت انتباهه إلى ما فيها.



فالإخراج – على هذا النحو – يشتمل على ناحيتين أساسيتين أولاهما: عملية إبداعية تستند إلى مبادئ نفسية وجمالية، هدفها إعطاء الصحيفة (المجلة) مظهرها الخارجي المناسب، وثانيتهما: توافر المعارف والمهارات والوسائل والتقنيات الضرورية لبناء ذلك المظهر وإلباسه الصورة المناسبة.

ويقوم الإخراج الصحفي نظرياً على أساس العلاقة الجدلية بين الشكل والمضمون، إذ تتيح مثل هذه العلاقة إبراز ما هو عام وخاص بين الشكل والمضمون على أن يكون للمضمون المحل الرئيس والمحدد، فكل تبدل في المضمون يفرض تبدلاً في الشكل إلا أن الشكل لا يتبع المضمون آلياً؛ لأن للشكل دورَه الخاص الذي تقيّده قواعد داخلية تحدد أثره في المضمون كما تحدد تنوعه، وبالتالي فإن للإخراج الصحفي قواعده الناظمة التي يؤثر تطبيقها على مضمون الصحيفة سلباً أو إيجاباً، وهي تُصنف عادة في قواعد عامة تصلح لكل زمان ومكان كشرط توافر صحة القراءة مثلاً، وقواعد خاصة ترتبط بمدرسة معينة من مدارس الإخراج.

رابعاً: العلاقة بين التيبوغرافيا والإخراج الصحفي:

التيبوغرافيا:

هي علم وفن الهيئات المطبوعة، وكلمة "تيبوغرافيا" هي التعريب المتفق عليه لكلمة Typography باللغة الإنجليزية أو Typographie بالفرنسية، وكلتا الكلمتين تنقسم إلى مقطعين أولهما: Typo وهو النطق اللاتيني لكلمة Type الحديثة، ومعناها: الحرف الطباعي، أما ثانيهما: فأصله Graphein باللاتينية، ومعناه: النقش أو الرسم أو التسجيل ليصير معنى المصطلح كله "رسم الحروف الطباعية".

ويهتم علم التيبوغرافيا بهندسة حروف الطباعة من حيث تصميمها وصناعتها وتشكيلها في عدد كبير من الهيئات، لكل هيئة منها سمات خاصة وأفضلية معينة في الاستخدام الصحفي، وبشكل عام للصحيفة جسم مادي مكون من سطح فارغ أبيض ينقسم إلى صفحات عدة، وهيئات غير بيضاء تُطبع على السطح، وتنقسم إلى ثلاث فئات رئيسية هي (الحروف والخطوط والفواصل والعلامات، والصور والرسوم)[3]، وهذ يعني أن مهمة التيبوغرافيا وحدها متعلقة بالشكل المادي للصفحة من حيث مساحتها وعدد أعمدتها، ونوع الوحدات التيبوغرافية المستخدمة وترتيبها ووضوحها، وحفظ التناسق فيما بينها من جهة، وبين الفراغ الأبيض من جهة أخرى، ويكون انتقاء الوحدات التيبوغرافية وإبرازها وفق خطة وإرشادات مدروسة تستند إلى سياسة الصحيفة أو المجلة.

الإخراج الصحفي:

فهو الخطوة التي تبدأ بعد أن يقوم المخرج بقراءة النصوص الصحفية، وتقدير مساحتها، واختيار الحروف وأحجامها، واختيار الصور المصاحبة لها ومساحتها، إذ يبدأ المخرج عندئذ بالتفكير في طريقة عرض هذه النصوص ونشرها على الصفحة من خلال نظام تخطيطي يتم بواسطته توزيع الوحدات التيبوغرافية والغرافيكية فوق حيز الصفحة بشكل علمي ومدروس.

وهذا ما يجعل من الإخراج الصحفي فناً هدفه تحريك الوحدات التيبوغرافية وترتيبها وتوزيعها على الصفحة في عملية محددة لتحقيق غاية معينة.

---

[3] – طلعت همام, مئة سؤال في الإخراج الصحفي, جمعية عمال المطابع التعاونية, دار الفرقان للنشر والتوزيع, عمان, ط1, 1984, ص6.

إذاً يُستدل مما تقدم أن الإخراج الصحفي والتيبوغرافيا عمليتان متكاملتان.

خامساً: الأسس التي يرتكز عليها فن الإخراج الصحفي:

يرتكز الإخراج الصحفي على مجموعة من الأسس يمكن تصنيفها في أربع فئات هي:

1- **الأسس الصحفية:** وهي التي تتصل بتقويم الأخبار والموضوعات ومواد النشر، واختيار ما يهم جمهور القراء منها.

2- **الأسس الفنية:** وهي التي تسعى إلى تحقيق التوازن والإيقاع، والوضوح وسهولة القراءة، وتوفير الحيوية والجمال والجاذبية للصحيفة.

3- **الأسس الفيزيولوجية:** وتتصل بقوانين الرؤية وحركات العين، ومدى تأثير الألوان وعناوين الموضوعات كمنبهات للإحساس بالرؤية.

4- **الأسس النفسية:** وتتصل بمعرفة اتجاهات الرأي العام، وأذواق القراء وعادات القراءة، وتأثير الألوان فيهم.

سادساً: وظائف المخرج الصحفي[4]

يقوم المخرج الصحفي بعدد من الوظائف منها:

1-تلقي المواد المكتوبة مزودة بالصور وبعض الرسوم من قسم التحرير.

2-توزيع الموضوعات وعناصرها التيبوغرافية على الصفحة، وبناء علاقات فيما بينها معتمداً في ذلك على أسس التصميم ومبادئه.

3-رسم نموذج الصفحة "ماكيت" أو نماذج على ورق عادي، أو يقوم بالتنفيذ مباشرة على شاشة الحاسوب، ويقدر تقديراً صحيحاً مساحة الموضوع بعدد الأسطر، ويتأكد من أن جميع الصور التي وصلته مكتوبٌ شرحها، واسم مصورها وتاريخ تصويرها ومن يظهر في الصورة بدقة.

[4] – محمد الرفاعي، تصميم وإخراج المطبوعات الإعلامية، ط1، جامعة دمشق، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، 2007م.

4-تحديد أولويات كل موضوع مُعد للنشر بإعطاء كل منها رقماً ترتيبياً، أو رمزاً للدلالة على موقعه.

5-إرسال النسخ المجموعة إلى قسم المراجعة اللغوية لتصحيحها وإعادتها لإخراجها خالية من العيوب اللغوية.

6-متابعة طباعة الصحيفة في قسم الطباعة للتأكد من أن ما تم وضعه يتم طباعته.

سابعاً: مواصفات المخرج الصحفي

حتى يتمكن المخرج من أداء وظائفه العديدة ينبغي أن تتوافر فيه ميزات عدة أبرزها الآتي:

- **خبرة تحريرية:** تتمثل في مقدرته على التعبير عن السياسة التحريرية للصحيفة، من خلال تذوق مضمون الأخبار والمقالات، والتحقيقات والموضوعات المختلفة، واختيار ما يناسبها من الشكل الطباعي والإخراجي.



- **خبرة فنية:** من خلال معرفته بإمكانيات صحيفته الطباعية، وخبرات المصورين؛ لأن المخرج الصحفي هو حلقة الاتصال بين أقسام التحرير من جهة، وأقسام الطباعة من جهة أخرى.





- **خبرة تسويقية:** من خلال تقرير شكل طباعة الصحيفة (ملونة أو غير ملونة)، واختيار نوع الورق، وإصدار ملاحق، وذلك بهدف زيادة مبيعات الصحيفة، وتحسين نوع الخدمة التي تقدمها إلى قرائها.



- **خبرة قانونية:** من خلال إلمامه بالمحظورات القانونية التي تجنّب الصحيفة الكثير من المتاعب القضائية.

مثال:

بإمكان المخرج الصحفي النابه أن يقرر متى يستبدل صورة برسم، أو يُجري تعديلات على صورة أو رسم، وهي اجراءات تُتخذ مراعاة لجوانب قانونية.

- **خبرات شخصية:** وتبرز عبر الثقافة العميقة والمتنوعة في فنون العرض والتشكيل، وعلوم النفس والاجتماع، وإتقانه فن الإدارة حتى ينجز كل شيء في موعده المحدد تماماً، بما يتناسب مع ظروف عمل الصحيفة اليومية.

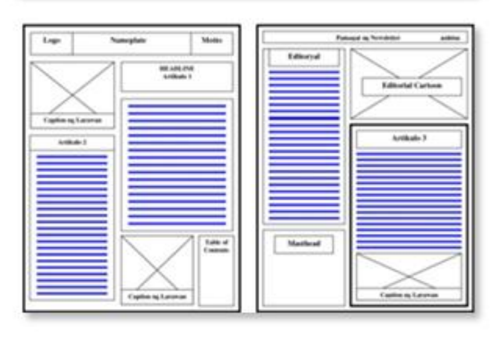


ومع حرصه الشديد على إعطاء القارئ أكبر قدر من الأخبار والمعلومات فإنه لا ينسى أن يضعها في إطار جميل جذاب يُغري الناس بالقراءة اليسيرة السهلة، والفهم القائم على التبسيط المدروس.

ثامناً: كيف يتم توزيع المواد على صفحات الصحيفة المطبوعة؟

بعد أن تَحرر فن الإخراج الصحفي من قيود الأعمدة وأغلال الخطوط الرأسية أصبحت عمليات الإخراج من العمليات الفنية التي تعتمد على الدراسات المختلفة في الفن التشكيلي وعلم النفس لدراسة نفسية القراء، وعلم وظائف الأعضاء لدراسة عملية الإبصار وعوائق القراءة، وكأن الحرية الجديدة التي أحرزها فن الإخراج الصحفي – شأن كل حرية جديدة – تنطوي على مسؤوليات خطيرة، فقديماً كان المخرج الصحفي يملأ الأعمدة المحددة، أما الآن فقد أصبحت الصفحة الخالية كلوحة الفنان تتطلب دراية ومراناً وذوقاً لكي تُوزع عليها المواد توزيعاً فنياً جذاباً، وذلك عبر الخطوات التالية:

1- توزيع المادة التحريرية المكتوبة والمصورة والمرسومة على صفحات الجريدة المختلفة إلى جانب المادة الإعلانية بعد أن تكون إدارة الإعلانات قد حددتها على ماكيت صفحاتها المصغرة، ويتم الاتفاق بين المخرج الصحفي أو سكرتير التحرير، ومسؤول الصفحة على تقييم المادة الصحفية، ومن ثم تحديد مواقعها ومساحاتها وحجمها تبعاً لأهميتها وقيمتها، وتبدأ مسؤولية المخرج في إبرازها وتقديمها بالشكل المناسب مع ملاحظة أن طبيعة المضمون هي التي



تتحكم عادة في هذا التوزيع مع مراعاة سياسة التحرير، وعلاقة الموضوع من حيث الحجم والأهمية بما يجاوره من موضوعات في الصفحة.

أ- عند بدء توزيع المادة التحريرية يجد المخرج الصحفي نفسه أمام ثلاثة أنماط من الصفحات: نمط الصفحة الأولى: ولها إخراج مختلف عن باقي الصفحات، لأنها تعد الواجهة التي تعبر عن شخصية الصحيفة، وتبين سياستها وتوجهاتها، لذلك ينبغي نشر الموضوعات التي تحقق زيادة في نسبة مبيعات الصحيفة، ولكن نظراً لعدم قدرة المخرج على نشر كل ما تود الصحيفة نشره



THE DOMINION POST

The big freeze

No show without punch

Sleeping on the job

Blowout in drug, alcohol benefits

More than $1m a week being paid

TV star's secret assault payout

INSIDE

Marrying a serial killer

Sister slams

Hitler loses his head

Picture perfect

على هذه الصفحة، فإنه يلجأ إلى ترحيل جزء من الموضوعات إلى صفحات داخلية مع نشر رقم الصفحة التي نُشرت فيها البقية، بحيث يتمكن من عرض كل ما لديه على الصفحة الأولى.

ب-نمط الصفحة الثابتة (المتخصصة): التي تضم أركاناً وزوايا وأبواباً ثابتة متخصصة، وتوزع فيها المادة التحريرية تبعاً للتبويب والشكل المتفق عليه من خلال أسلوب إخراجي ثابت.

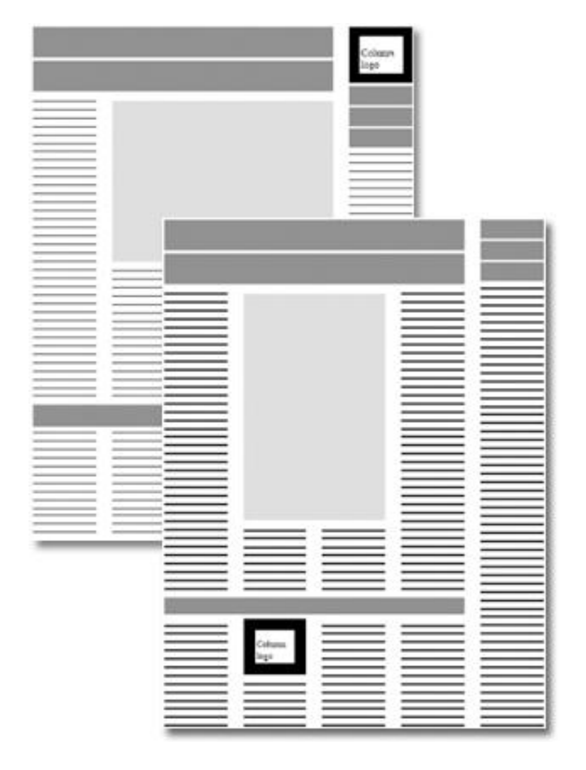


ت- نمط الصفحات المفتوحة أو العامة: والتي تنشر ألواناً صحفية معينة من ناحية الشكل والمضمون مع عدم الالتزام بتبويب ثابت ومعين للمادة المنشورة فيها، مثل: التحقيقات، والأحاديث والصور، والصفحات الإخبارية، وهذا النوع من الصفحات يتيح للمخرج حركة واسعة في عرض المادة الصحفية.



قديماً كانت الصحف تحرص على تخصيص الصفحة الأولى للمقالات، والصفحة الأخيرة للإعلانات، والصفحات الداخلية للأخبار المختلفة، أما في الوقت الحاضر فإن قليلاً من الصحف تتبع هذا الأسلوب، فالصفحة الأولى قد أصبحت بمثابة الواجهة أو اللافتة التي تجذب الأنظار، وتحاول الصحف الحديثة نشر أهم أخبارها في هذه الصفحة، ولا ترى الصحف الشعبية حرجاً في تقديم الأخبار الخفيفة والطريفة في الصفحة الأولى مدعّمة بالصور الخلابة والعناوين الجذابة. والواقع أن توزيع المواد على الصفحات المختلفة يعبر تعبيراً صادقاً عن شخصية الصحيفة وطابعها العام، فلا بأس عند بعض الصحف مثلاً من نشر أخبار الجريمة وأنباء الحب والزواج والطلاق وصور الممثلات في الصفحة الأولى، ولاسيما تلك الصحف النصفية الشعبية المثيرة، كصحيفة "بلت" الألمانية، وصحيفة "ديلي ميرور" الإنجليزية، وصحيفة "ديلي نيوز" الأمريكية، وهي صحف توزع بالملايين، ولكن بالمقابل هناك صحف أخرى تفضل أن تنشر في هذه الصفحة أهم الأخبار ذات

المغزى، والتي تترتب عليها نتائج خطيرة كأنباء السياسة الدولية، والتطورات الاقتصادية، والاختراعات العلمية، والأخبار الداخلية المهمة، وما شابه ذلك.



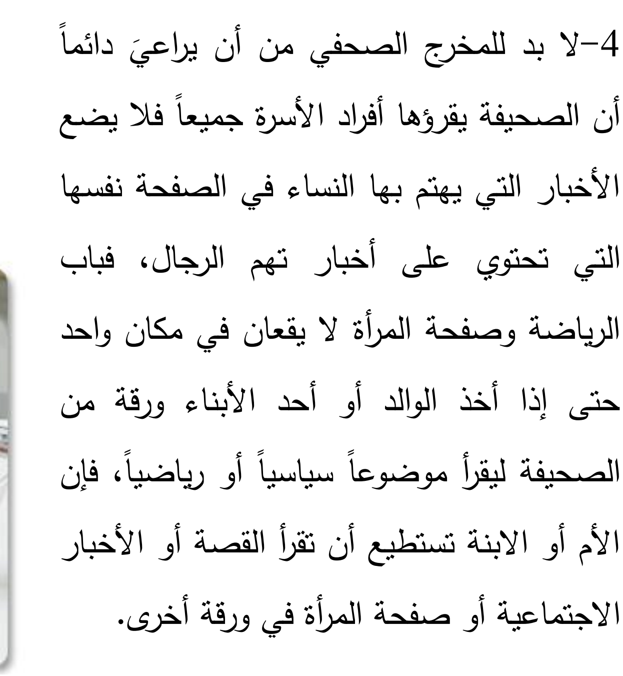
2- عند عرض المادة التحريرية يتوجب على المخرج أن يراعيَ عدداً من المتغيرات، لإحداث أكبر تأثير ممكن على القارئ! مثل: شكل العناوين ونوعها وحجمها، وطريقة عرضها (مفرغة –داخل إطار –فوق شبكة – نوع الشبكة)، وعليه أيضاً أن يراعيَ عدد الأعمدة المجموعة عليها لتحديد البنط والسُّمك والثقل والكثافة ونوع الحرف الذي اختاره للعناوين.

ولا بد أيضاً من أن يختار شكلاً للعناوين وموقعها من المادة التحريرية (جانبها، فوقها، تحتها، داخلها)، ويجب كذلك أن يراعيَ شكل المتن (النص)، هل سيكون على هيئة كتلة مستطيلة؟ مربعة؟ بشكل غير منتظم؟ به زوايا ومتداخلاً مع موضوعات أخرى؟ هل له علاقة سببية أو شرطية مع موضوعات أخرى إلى جواره؟ ثم يسأل عن حجم المتن أو النص والبنط المستخدم فيه وفي المقدمة، وجسم المتن والخاتمة، فكلها حسابات يجريها المخرج خلال عمله الذي تدرب عليه طويلاً.

3- الاهتمام بنوع المادة المصورة الواردة في الصفحة: فتوغرافية؟ شكلها؟ حجمها؟ وموقعها من المادة الصحفية المصاحبة؟ والمواد المرسومة للتعبير والتوضيح كالخرائط والأشكال أو الإسكتشات وحجمها: كبيرة؟ صغيرة؟ وموقعها من المتن.







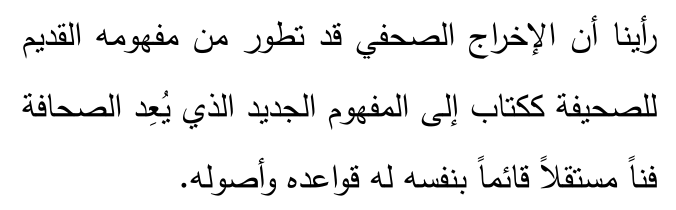


4-لا بد للمخرج الصحفي من أن يراعيَ دائماً أن الصحيفة يقرؤها أفراد الأسرة جميعاً فلا يضع الأخبار التي يهتم بها النساء في الصفحة نفسها التي تحتوي على أخبار تهم الرجال، فباب الرياضة وصفحة المرأة لا يقعان في مكان واحد حتى إذا أخذ الوالد أو أحد الأبناء ورقة من الصحيفة ليقرأ موضوعاً سياسياً أو رياضياً، فإن الأم أو الابنة تستطيع أن تقرأ القصة أو الأخبار الاجتماعية أو صفحة المرأة في ورقة أخرى.

ويمكن القول بوجه عام إن المخرج الصحفي عندما يُعِد خطة الإخراج في الصحيفة يجب أن يأخذ في اعتباره عوامل عديدة متشابكة أهمها: عقلية القارئ ونفسيته، وسلوكه البصري في أثناء القراءة، إضافة إلى تكوين الصفحات تكويناً فنياً جميلاً يوضح الأخبار ويجذب الأنظار.

فمما لا شك فيه أن للصحيفة مقوماتها الاقتصادية التي لا بد من العناية بها حتى تتمكن من أداء رسالتها الإعلامية والثقافية والاجتماعية، وما دامت هناك صحف عدة تتنافس لكسب ود القارئ واجتذابه بشتى السبل، فلا بد من العناية بكل الدراسات والأساليب الفنية التي تؤدي إلى جمال العرض، وسهولة القراءة، وفن التنسيق، وعرض الأخبار والمعلومات بترتيب منطقي وفقاً لأهميتها النسبية، مع مراعاة سياسة الصحيفة وميول القراء، وذلك فضلاً عن المحافظة على شخصية الصحيفة وجاذبيتها.

تاسعاً: دور التكنولوجيا الحديثة في تطوير فن الإخراج الصحفي



رأينا أن الإخراج الصحفي قد تطور من مفهومه القديم للصحيفة ككتاب إلى المفهوم الجديد الذي يُعِد الصحافة فناً مستقلاً قائماً بنفسه له قواعده وأصوله.



فالتطور التكنولوجي الذي طرأ على مختلف وسائل الاتصال أثّر بشكل كبير على المضمون والشكل الإخراجي للصفحات، ولاسيما بعد أن دخلت صناعة الصحف مرحلة جديدة تتحكم فيها التقنية الرقمية في مختلف أَطرافها وعملياتها بدءاً من إعداد المادة التحريرية وصفّها، ومروراً بتصميم الصفحات وإخراجها، ووفق هذا النظام الجديد للإنتاج الرقمي للصحف سوف تتحد حدود الكلمة والصورة والرسوم، والتي ستعمل معاً وبشكل تفاعلي لإنتاج مستندات ووثائق ذات جودة ودقة ومرونة، إذ تقوم فكرة الإنتاج الرقمي للصحيفة على أساس التجميع الكامل لعناصر الصفحات من نصوص وصور ورسوم وإعلانات، وغيرها من العناصر البنائية على شاشة حاسوب واحد يضم المراحل الإنتاجية كلها، أو على مجموعة من الحاسبات المرتبطة معاً من خلال شبكة إنتاجية واحدة.



وقد بلغ التأثير الأكبر لتقنيات الصحافة على الإخراج الصحفي في جوانبه المختلفة في إعداد الأشكال والتصاميم الأساسية للصفحات – فضلاً عن بناء الوحدات البنائية – حداً كبيراً توصلت معه الصحف إلى استخدام التقنية الرقمية (الحاسبات) بشكل رئيس في إخراج وتنفيذ صفحاتها بطريقه آلية، ومن أهم البرامج الخاصة بأنظمة الإخراج الرقمي برنامج صانع الصفحة (page Maker)، وبرنامج كوارك إكسبرس (Quark Xpress)، إضافة إلى برنامج الناشر المكتبي (Ready Set Go)، وبرنامج الناشر الصحفي (Design Studio)، وجميع هذه البرامج تعمل وفقاً لنظام ماكنتوش، إذ يُعد برنامج الناشر الصحفي أول برنامج متعدد اللغات متخصصاً في النشر الصحفي وإخراج الصفحات وفرز الألوان، ويضاف إلى هذه البرامج برنامج العربي للنشر الذي يُعد أول برنامج عربي للإخراج الصحفي الرقمي.



كما قدمت التكنولوجيا الرقمية للمصممين والمخرجين نظاماً جديداً من الخبرات والإبداع في مجال عملهم (الإخراج الصحفي)، مما أتاح ظهور التكامل الرقمي بين الحروف والصور من خلال جيل جديد من نظم التجميع الرقمي للصفحة، وهو ما أتاح بدوره للمصمم والمخرج الصحفي القيام بتجميع هذه العناصر جميعها على الشاشة للحصول على صفحات كاملة، وبذلك بدأت الصحف تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على الشاشة، وهو الأمر الذي أتاحته شبكة الإنترنت بمرونة ويسر في التصميم وإخراج الصفحات الإلكترونية.

من خلال ما سبق تتوضح لنا العلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الصحفي بأنها علاقة طردية فعلاً، أي كلما زاد التقدم التكنولوجي زاد حجم التقدم في الأداء الصحفي في مختلف المجالات.

الخلاصة

نستنتج مما تقدم أن تصميم وإخراج الصحف هي الأداة الفاعلة لتنظيم المثيرات البصرية التي تؤثر في العقل البشري للحصول على المعلومة، فعن طريق التنظيم الإخراجي للعناصر التيبوغرافية يتم توصيل المضامين والقيم والرسائل المراد توصيلها في أسرع وقت ممكن، لتحقق توازناً فاعلاً في نقل المعلومة عبر المثيرات البصرية، سواء كانت أشكال حروفية أو أيقونية. مع التركيز في عملية الإخراج الصحفي على تميّز اظهار المعلومة دون الدخول في تفصيلات متعددة، والتركيز على البيانات الأساسية والعناوين المهمة.

يُستدل من ذلك أن الطباعة تهتم بإعطاء الصفحة شكلها المادي المجرد من حيث المساحة المطبوعة، وعدد الأعمدة، ونوع الحرف، وتسلسل الوحدات، ووضوحها وتناسقها طولاً وعرضاً، أما الإخراج فهو فن تحريك الوحدات الطباعية وترتيبها وتوزيعها في عملية محددة لتحقيق غاية معينة. غير أن العلاقة بينهما وثيقة، فلا بد للشكل أن يعكس المضمون بأمانة وصدق وجاذبية.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- التصميم الأساسي للصحيفة:

A. يتغير من صفحة إلى أخرى.

B. يتغير من عدد إلى آخر.

C. يمثل معالم شكلية ثابتة للصحيفة.

D. يتغير بعد صدور العدد الأول منها.

الإجابة الصحيحة: **C**. يمثل معالم شكلية ثابتة للصحيفة.

2- ترتبط عملية اختيار القطع العام للصحيفة بعدة عوامل أبرزها:

A. سياسة الصحيفة وهدفها من الصدور.

B. إمكانياتها المادية.

C. طبيعة مضمون الصحيفة.

D. عدد صفحات الصحف المنافسة لها.

الإجابة الصحيحة: **A**. سياسة الصحيفة وهدفها من الصدور.

3- يُقصد بالعناصر التيبوغرافية للصحيفة:

A. عدد الأعمدة واتساعها.

B. نوع الورق.

C. رأس الصفحة والفهارس.

D. كل ما سبق غير صحيح.

الإجابة الصحيحة: **C**. رأس الصفحة والفهارس.

4- من العناصر التيبوغرافية المتحركة في الصحيفة:

A. الرسوم التوضيحي.

B. الفهارس.

C. الصور والرسوم.

D. الأبواب.

الإجابة الصحيحة: C. الصور والرسوم.

5- يرتكز فن الإخراج الصحفي على أسس فيزيولوجية تتمثل في:

A. اختيار الموضوعات التي تهم جمهور القراء.

B. توفير الجاذبية للصحيفة.

C. مدى تأثير الألوان والعناوين كمنبهات للإحساس بالرؤيا.

D. معرفة اتجاهات الرأي العام.

الإجابة الصحيحة:C. مدى تأثير الألوان والعناوين كمنبهات للإحساس بالرؤيا.

6- من مواصفات المخرج الصحفي الخبرة التحريرية وتعني:

A. المعرفة بالإمكانيات الطباعية للصحيفة.

B. المقدرة على التعبير عن سياسة الصحيفة.

C. تقرير شكل طباعة الصحيفة.

D. الالمام بقوانين النشر الصحفي

الإجابة الصحيحة: B. المقدرة على التعبير عن سياسة الصحيفة.

المراجع

1. محمد الرفاعي، تصميم وإخراج المطبوعات الإعلانية، دمشق، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، 2007م.
2. أشرف صالح، تصميم المطبوعات الإعلامية، القاهرة، الطباعي العربي للنشر والتوزيع، 1986م.
3. طلعت همام، مئة سؤال في الإخراج الصحفي، جمعية عمال المطابع التعاونية، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1984.

الوحدة التعليمية العاشرة

الصحيفة وتأثيرها في الرأي العام

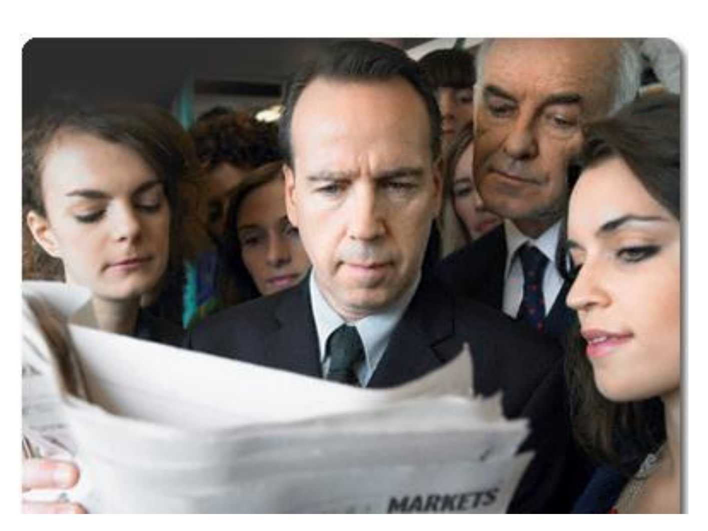
تمهيد:

لاتزال الصحافة في البلدان العربية هي الأكثر ارتباطاً بظاهرة الرأي العام بالمفهوم العلمي "للرأي العام" على الرغم من الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الحديثة كالفضائيات والإنترنت، لذلك تُعد الصحف من أكثر وسائل الإعلام قدرة على تكوين الرأي العام وتشكيل وجدان الجماهير من خلال ما تنشره من مقالات وتعليقات وأخبار، وتحقيقات وصور ورسوم كاريكاتيرية.

وتعتمد الصحافة الحديثة اعتماداً كبيراً على الصور والرسوم في التأثير على الرأي العام، فالصورة البارعة والمعبرة تغني عن عشرات المقالات، وتتحدث بما لا تتحدث به أقوى الأقلام. أما الرسم الكاريكاتيري فإنه يُعد من أقوى أسلحة الصحافة الحديثة؛ لأنه يشد انتباه القارئ ويتأمله طويلاً، وينفذ بموضوعه إلى وجدانه مباشرة، وبالتالي يحدث أثره بطريقة فعالة وناجحة.

وهذا يدعونا إلى العديد من التساؤلات أبرزها: هل لاتزال الصحيفة فعلاً تحتل المقام الأول في التأثير على الرأي العام؟ ما المعايير التي يجب أن تلتزم بها الصحيفة في نشر الأخبار حتى تُحدث أثراً كبيراً في الرأي العام؟ وهل يمكن لكل صحيفة أن تُحدث تأثيرها في الرأي العام أو أن هناك محدداتٍ لتأثيرها؟ ما المعايير التي يجب أن تعتمدها الصحيفة في اختيار موضوعاتها المُعدة للنشر والتي لها دور كبير في إكسابها احترام الرأي العام؟ كل هذه الأسئلة ستجيب عنها هذه الوحدة الدرسية.

أولاً: الصحافة وتكوين الرأي العام



الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة، وهذه الظاهرة تكتسب صفة الاستقرار وتختلف في وضوحها ودلالاتها في عقول الأفراد، ولكنها تصدر عن اتفاق

متبادل بين أغلبيتهم، مع اختلافهم في مدى إدراكهم لمفهومها، ومبلغ تحقيقها لنفعهم العام، ومصلحتهم المشتركة.

ويصف بعض الباحثين الصحافة أنها تحتل المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير على الرأي العام لأسباب عديدة من أهمها: أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب، وعرض وجهات النظر المختلفة، وخلفيات الأنباء، ومن أجل ذلك فإن النظم الديمقراطية في العالم تحرص على إعطاء الصحافة أكبر قدر من الحرية لتكون المرآة الصافية التي تعكس آمال الشعب وآلامه وأحلامَه وتطلعاته، ورضاه أو سخطه، ولتقوم كذلك بدورها ورسالتها المهمة في توعيته وتنويره بصدق وشرف والتزام، مما جعلها من أقوى وسائل الإعلام وأكثرها قدرة على تكوين الرأي العام ووجدان الجماهير.

ويمكننا تقسيم محتويات الصحيفة بالنسبة إلى مدى تأثيرها على الرأي العام إلى ثلاثة أقسام:


النهار
الأئمة يطفئون "فتنة" بني مسوس

القسم الأول:

له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام، كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة، وبريد القراء، والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، والنقد الأدبي والفني، والإعلانات، ويتسم هذا القسم بالتحيز المتعمد الذي يرمي إلى التأثير في الرأي العام.


ثقافة
القصة القصيرة اقتصاد وتكثيف وأشياء أخرى

القسم الثاني:

له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام، فعلى الرغم من أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة – التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة – قد لا تؤثر بصفة أساسية في الرأي العام إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الخلقية والثقافية للجمهور، ولاسيما الشباب وصغار السن، مما لا بد من أن ينعكس أثره على أحكام الرأي واتجاهاته إن عاجلاً أم آجلاً.

القسم الثالث:



ليس له علاقة بتوجيه الرأي العام مثل صفحة الوفيات، والنشرة الجوية، وبرامج الإذاعة والتلفزيون والسينما، فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش عادة على نطاق عام، وليست موجهة – في الظروف العادية – إلى تكوين رأي عام حول مسألة معينة.

وإن كانت هناك أحياناً استثناءات تفرضها أوضاع بعينها. ومن هذا القبيل الحملات الدعائية المغرضة التي قد تقوم بها بعض الجهات، والتي تستغل – عادة – كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء بطريقة مباشرة أم غير مباشرة.

ما المعايير التي يجب أن تلتزم بها الصحيفة في نشر الأخبار حتى تُحدث أثراً كبيراً في الرأي العام؟

حتى يكون للصحيفة أثر كبير في تكوين الرأي العام، وكسب ثقة القارئ واحترامه، ينبغي أن تحرص في سياساتها بالنسبة للخبر على المبادئ التالية:

1. أن يكون الخبر الذي تنشره صحيحاً، فالخبر هو عصب الصحيفة، وهو الذي يخلق الرأي العام، فلا يجب على الصحيفة أن تعمد إلى تحريف الخبر أو المبالغة فيه أو تزييفه؛ لأن ذلك يمثل خطراً بالغاً على الصحيفة نفسها من جهة، ثم على القارئ الذي يتوقع من الصحيفة الصدق في أخبارها والدقة والأمانة من جهة أخرى.

فمن بديهيات العمل الصحفي أن "الخبر ليس ملكاً للصحيفة، وليس ملكاً للرأي العام، ولكنه ملك للحقيقة وحدها"، وأن الصحيفة ملزمة بحكم شرف المهنة أن تلتزم الصدق والنزاهة.

2. من حق الصحيفة بعد أن تنشر الخبر بكل أمانة وصدق أن تعلق عليه بما تراه متمشياً مع سياستها، وبما يسمح للقارئ بعد قراءة الخبر أن يكون له رأي فيه.
3. تتابع الصحيفة الخبر بعد نشره وتعلق عليه ليتكامل الخبر في ذهن القارئ.

وقد قسَّم علماء الرأي العام في العالم الصحافة من ناحية تكوينها للرأي العام والتأثير عليه إلى صحافة رأي، وصحافة خبر، وهذا التقسيم لا يعني وجود صحافة تقتصر على نشر الأخبار، وأخرى تقتصر على نشر مقالات الرأي والتوجيه، وإنما المقصود تغليب بعض الصحف لهذا الاتجاه أو ذاك، فهناك صحف تُعني بالرأي، والتوجيه والتعليق على الأخبار، وإيضاح مغزاها السياسي والاجتماعي، واستخدامها في الدعوة إلى مذهب سياسي واجتماعي معين، وتأييد الحكومة القائمة أو معارضتها، والكفاح في سبيل قضايا معينة، قومية كانت أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

فصحافة الرأي هي التي تدين بمذهب من المذاهب السياسية أو الاجتماعية، أو نظرية من نظريات الاقتصاد، ولا تحفل هذه الصحافة كثيراً بالخبر؛ لأن الخبر ليس هدفاً من أهدافها، وإذا نشرت بعض الأخبار، فإنها تنتقي منها ما يتفق مع المذهب الذي تعتنقه وتخدمه، وهذا النوع من الصحافة أقل انتشاراً؛ لأن قراء صحف الرأي قليلون في أي بلد من البلاد، ولأن إيقاع العصر السريع لم يعد يمنح القارئ الوقت الكافي للقراءة الطويلة المتمهلة، ومع ذلك فإن صحافة الرأي هي الموجهة الحقيقية للرأي العام.

أما صحافة الخبر فإنها تعطي كل اهتمامها للأخبار، وتستقطب أعداداً غفيرة من القراء، ومن ثم فهي أكثر توزيعاً، وأوسع انتشاراً من صحافة الرأي، ومن الحقائق المسلم بها أن صحافة الخبر حين تلتزم الصدق والموضوعية والأمانة فيما تنشره من أخبار، فإنها تلعب حينئذ دوراً بالغ الأهمية في تكوين الرأي العام وتشكيل اتجاهاته، والعكس صحيح فإن هناك في الحقل الصحفي ما يُسمى بالصحافة الصفراء، وهي التي تعمد إلى تزييف الخبر، والتركيز على المثير فيه، وما يتصل بالجنس والجريمة والفضائح الاجتماعية بصفة خاصة، ويلقى هذا النوع من الصحافة إقبالاً كبيراً من القراء في معظم أنحاء العالم، ولكن المجتمع العالمي ينظر إليه كنوع من السموم، أو المخدرات المدمرة لعقول الناس وأخلاقياتهم، والمخربة للمجتمعات وطاقات الشباب بصفة خاصة.

ثانياً: محددات تأثير الصحيفة في الرأي العام:



بالرغم من تعدد وتقدم طرق البحث في مجال تأثير الصحافة في الرأي العام فلا يمكن التوصل إلى نتائج قاطعة ومحددة في هذا الميدان، وذلك لأن حدوث التأثير عملية طويلة الأمد لا يمكن قياسها في وقت قصير، كما هو الحال في معظم الأبحاث، إضافة إلى أن عملية التأثير متعلقة بمحددات أخرى متعددة من أهمها:

1-ملكية الصحيفة: من حيث هي تابعة للدولة أي هي ملكية حكومية أو مستقلة أو تعود إلى أحزاب سياسية أو أفراد، ويتبع ذلك تقسيم نوعي لهذه الصحف، فهناك صحف حكومية، وهناك صحف معارضة، وأخرى متخصصة كالتجارية والدينية والثقافية. إلخ، وبالتالي يتبع ذلك تصنيف ذاتي للقراء معتمدين في ذلك على اعتبارات لها دلالتها لديهم مثل:


البعث



أ- مدى مصداقية الصحيفة: فهذا يعني أنها تتمتع بثقة القارئ وبالتالي فهي الأكثر شعبية وتوزيعاً وانتشاراً.

ب-تركيز الصحيفة على قضايا الشأن العام: مما يجعلها مصدراً أساسياً لدى القارئ للتعرف على كل المجريات المحيطة به.

ت- مدى ابتعاد أو اقتراب الصحيفة من الجدية: من خلال الاهتمام بعرض الموضوعات أو المعلومات ذات القيمة الإنسانية في حياة الأفراد، وذات الأبعاد التنموية التي تساعد هؤلاء الأفراد على التطور.

ث–درجة ابتعاد الصحيفة عن نشر التفاهات والأخبار المثيرة بغرض البيع، فهذا يجعل القارئ يضعها في خانة الصحافة الصفراء أو صحافة الإثارة.

إن مجمل هذه الاعتبارات تدفع الجمهور إلى الارتباط بصحيفة أكثر من غيرها، ولا شك في أن تبادل الثقة بين الصحيفة والجمهور يعزز مكانتها لدى جمهورها، وفي الوقت ذاته يمهد السبيل أمام الصحيفة، وييسر لها مقدرتها على التدخل في تشكيل الرأي العام لدى هذه الجماهير.

2–نوع الجمهور واتجاهاته وبيئته الاجتماعية: إن تأثير الصحيفة يختلف باختلاف السن والجنس، وذكاء القارئ واتجاهه السياسي، ومركزه الاجتماعي، ومعرفته وآماله وتصوراته، وقيمه وحالته النفسية الراهنة من حيث الهدوء أو عدمُه.



ويُعِد الباحثون أن تأثير الصحيفة يكون قوياً لدى المثقفين عندما تقدم آراء مختلفة، بينما يكون أقوى عند الأقل ثقافة عندما تقدم وجهة نظر واحدة، وأطلق بعض الباحثين على هذه العوامل "عوامل الوساطة" وهي العوامل التي تؤثر إلى درجة كبيرة في مقدار تأثير الصحيفة على القارئ دون أن تكون جزءاً منه.

ومن جهة أخرى يسهل تأثير الصحيفة على الأفراد الموجودين في بيئة اجتماعية مليئة بالتعارض والتناقض، لدرجة لا يستطيع فيها الفرد اختيار الأخبار لما هو فيه من اضطراب فكري وتردد، ويحدث ذلك في حالات الإشهار المختلفة إذ يُسلب من القارئ القوى التفكيرية لوقت معين، من هنا تزداد إمكانية تأثير الصحافة في بيئة الفرد الاجتماعية.

إلى أي مدى يمكن للصحيفة أن تُحدث تغييراً ملحوظاً في آراء واتجاهات الرأي العام؟

لقد أظهرت الأبحاث المختلفة أن الصحيفة كوسيلة إعلامية لا تتمتع بتأثير كبير على الرأي العام كما كان الاعتقاد قديماً، ولا يمكن لأي وسيلة إعلامية أياً كانت أن تتحكم في تشكيل شخصية الفرد أو اتجاهات المجموعة أو الشعوب، وذلك لأن القارئ عادة ما يتجنب الأخبار التي تتعارض مع اتجاهاته، إضافة إلى أن الذاكرة والاستيعاب يختاران ما يتفق واتجاه الفرد، وكلما اختلف محتوى الصحيفة عن اتجاهات القارئ ابتعد المحتوى عن المجال الشعوري والفكري.

وعموماً يمكن القول: إن الصحيفة كغيرها من الوسائل الإعلامية تقوم بدور المدعم للآراء والاتجاهات أكثر من التغيير فيها، فالمحررون في الغالب لا يصلون إلى نتائج فورية من وراء مقالاتهم، ولكن مداومة الكتابة عن فكرة معينة في قالب مختلف من وقت إلى آخر تثبّت الفكرة في النهاية في أذهان القراء، وهذا يتوقف طبعاً على إمكانيات الكاتب ومهارته الإقناعية، وإن حدث تأثير في اتجاهات موجودة نتيجة لتأثير الصحيفة، فلا يدل ذلك إلا على وجود استعدادات سابقة عند القراء لتغيير هذه الاتجاهات، ويظهر ذلك بوضوح في القضايا التي لم تتكون فيها اتجاهات ثابتة.

3- يتوقف تأثير الصحيفة في الرأي العام على نوع المجالات الموجهة إليها: إذا ما كانت مجالات مركزية أم محيطة، ويُقصد بالمجالات المركزية الاتجاهات الأولية أو الرئيسية والتي يصعب التأثير فيها كعادات الأسرة والطبقة الاجتماعية، والمعتقدات الدينية والاجتماعية؛ لأن التغيير في هذه المجالات يتطلب تغييراً جذرياً، بينما يسهل التأثير في المجالات الفرعية التي تقع في المجالات المحيطة، كالإعلان عن البضائع مثلاً؛ لأن البضائع والمواد الاستهلاكية تقع في المناطق المحيطة بالفرد، ومن هنا يتضح لنا أن إمكانية تأثير الصحيفة تكون أكبر عندما تتناول موضوعات بعيدة عن موطن القارئ كالأحداث الدولية، أو عندما تتناول موضوعات جديدة لا يقف في طريقها اتجاهات قديمة عند القراء. (راجع الملحق في نهاية الوحدة الدرسية).

4- السياسة التحريرية للصحيفة:



والتي تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر، فبينما يظهر التأثير المباشر على القارئ مباشرة يحدث التأثير غير المباشر على شكل سلسلة من التغييرات والأحداث الاجتماعية، ويتوقف مدى التأثير على ما تكتبه الصحيفة من جهة، وعلى مدى قراءتها من جهة أخرى، إذ إنه لا تأثير لصحيفة لا تُقرأ، وكل صحيفة هي عبارة عن وسيلة مؤثرة على القارئ بما تنشره من أخبار ومقالات، وصور وعناوين، ولا يقتصر التأثير على محتوى الصحيفة فقط بل على شكلها كذلك والذي يُقصد به إخراجها الصحفي، والألوان المستخدمة وحتى نوعية الورق، فكل صحيفة لها هدف من وراء اختيارها سياسة تحريرية وإخراجية معينة تؤثر من خلالها في الرأي العام.

5- مساحة الحرية الممنوحة لكل من الصحافة والرأي العام:



الصحافة والرأي العام: المقصود بمساحة الحرية ليست المساحة المكانية بمعنى المساحة المتاحة لنشر المادة الصحفية، ولكن المقصود بمساحة الحرية الممنوحة هو مدى قدرة الصحيفة على نشر ما تشاء وقت ما تشاء وبالكيفية التي تلائمها دون تدخل رقابي أو قيود أو موانع من قبل السلطة أو الحكومة، ودون أي تعرّض لها.

إن الصحافة إذا عملت بعيداً عن قيود الرقابة من أي نوع، فإنها ستقدم أعظم ما لديها وستتفانى في التحري عن الحقيقة، وطرح الأخبار بدقة وصدق، وهو الأمر الذي يكون له أثره المباشر على استيعاب الرأي العام للقضايا المطروحة، وبالتالي استلهام كل ما تزوده به الصحيفة من معلومات وأطروحات جدلية ونقاشية في المجالات كلها.

وهذا يتوقف طبعاً على حدود الديمقراطية المتاحة التي يقوم عليها النظام السياسي والتي تختلف من مجتمع إلى آخر، ومن فكر إلى آخر، ومن وقت إلى آخر، فالنظم الرأسمالية التي يُعِدها البعض مثالاً للديمقراطية والحريات الفردية قد ينظر إليها آخرون على أنها أنظمة استغلال الإنسان لأخيه الإنسان، ومثال للإمبريالية الاحتكارية، وتُعد الديمقراطية فيها قائمة على التزييف"[1].

ثالثاً: معايير اختيار الأخبار والموضوعات الصحفية:

ما الأسس والمعايير التي يعتمدها مسؤولو الصحيفة في اختيار الأخبار والموضوعات الجاهزة للنشر مقابل استبعادهم لموضوعات أخرى؟



يرتكز التحرير الصحفي على تحويل الأحداث والمعلومات إلى أخبار وموضوعات ومقالات، وتمر هذه العملية في ثلاث مراحل هي: البحث والاختيار والكتابة (التحرير في قالب صحفي)، وتتم هذه المراحل عبر دورات معقدة أو بسيطة، أبسط دورة فيها تتعلق بحدث منظور ومهم وقريب مما يبرر عمل المندوب الصحفي، وتنتهي عملية الاختيار

[1]- J. stoetzel et a, Girard: les sondages d'opinion publique, presses universitaires de France ,Paris, 1973.

عندما يطّلع المندوب على الحدث ثم ينقله إلى الصحيفة ليتم تحريره في قالب صحفي، وبعد ذلك ينتقل إلى الطباعة والنشر، ولكن في الحقيقة هناك العديد من المعايير التي تتدخل في عملية اختيار الموضوعات والأحداث المعدّة للنشر داخل الصحيفة نذكر منها:

1- معيار الدلالة الاعلامية[2]:



يقوم معيار الدلالة الاعلامية على النظرية المتعلقة بجوهر الإعلام كأساس عام للقيم الإعلامية، بمعنى أن المعلومات التي تتمحور حول مراكز الاهتمام الإنساني، أو الصراعات التي تنذر في شكلها المادي بإحداث إصابات أو أضرار كالحرب والاضطرابات، والمناقشات البرلمانية الحادة، والحملات السياسية، والقصص التي تجعلنا نتسأل عما سيحدث، لمعظمها أهمية إخبارية وتجد لها في صدر الصحف متسعاً، فالحادث ذو القيمة الصحفية هو الحادث الذي يترتب عليه سلسلة متصلة من الأحداث تؤثر في كثير من الناس، وهناك الكثير من الأحداث التي تزداد عواقبها ونتائجها مقارنة بغيرها، فتفسح لها الصحف مجالاً أوسع من غيرها، وتفرد لها العناوين الضخمة؛ لأنها أحداث ذات قيمة إعلامية.

ومن هنا فإن الدلالة الإعلامية هي المعيار الذي يتم على أساسه انتقاء القصص والأحداث التي تصل إلى الصحيفة عندما لا تتوفر المساحة لنشر كل ما يصل إليها، لذلك يتحتم على المحرر المسؤول اتخاذ القرار في اختيار ما يُنشر، وتحديد حجم المساحة المكانية المخصصة، وأساس هذا الاختيار هو الدلالة الخبرية التي تشير إلى درجة أهمية كل حدث من الأحداث، ومدى الاهتمام الذي يستقبله به القارئ.

[2] - عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000م.

كيف يمكننا اكتشاف الدلالة الإعلامية لحدث أو قضية ما؟

إن جوانب مقياس الدلالة الإعلامية متعددة، ومع ذلك يمكننا من خلال التحليل السريع للحدث أو القضية ملاحظتها بنسبة تكفي لتقرير ما إذا كان يجدر بنا نشر الحدث أو لا، والمغزى الذي يجب أن نشير إليه من خلال هذا الحدث، ولكن في بعض الأحيان يختفي مقياس المغزى، ولا يظهر إلا بعد الفحص الدقيق، لذلك على الصحفي أن يكون على استعداد دائم لمواجهة هذا الموقف، وهنا تظهر حقيقة الصحفي الذي ينأى بنفسه عن الخطأ، لا نقول إنه لا يخطئ أبداً، ولكن على الصحفي أن يتمتع بدقة ملاحظة خارقة وثقافة واسعة، فالمعرفة والتفكير النقدي سلاحان يجب أن يشحذا الحكم السريع؛ لأن الصحفي إذا لم يدرك مغزى الحدث قبل غد، أو قبل دقيقة من توقف المطبعة يكون قد فاته الوقت، ولا فائدة من الخبر، الأمر الذي لا يمكن التسامح فيه صحفياً.

2- معيار الأهمية:

تُقاس المادة الصحفية بحسب أهميتها النسبية، كما يحدث عندما يتزاحم خبران في الصحيفة على مساحة معينة متاحة فيها، في هذه الحالة إما أن يتم قياس الخبر بحسب أهميته الذاتية الأصلية، أو تُقاس أهمية الخبر بوطأته أي بمدى ما يُحدث من تغيير واضطراب، وبسعته أي عدد الأشخاص الذين يؤثر فيهم الخبر.



THE LUFKIN DAILY NEWS

Liftoff, once again

Discovery thunders into orbit

Sabine County shares excitement of return to space with NASA

Session stalls as House rejects school finance, tax bills

Judge Bryan to serve on bail bondsmen board

Juvenile driver runs into woman walking her dog

عموماً كلما زادت القيمة الإعلامية للخبر زاد اهتمام الناس به، وزادت بالتالي أهميته، وعلى الرغم من أن بعض قراء الصحف يكتفون بمطالعة عنوان الخبر الذي يعطي تلخيصاً موجزاً لمحتواه إلا أن لهذا العنوان وظيفةً مهمة من حيث إنه يُغري القارئ بقراءة تفاصيل الخبر، أو يدفعه إلى الانصراف إلى مطالعة خبر آخر، فالقارئ يتخذ قرارات فورية بأن يقرأ الخبر كله أو

يكتفيَ بمقدمته، أو لا يقرؤه على الإطلاق وينصرف عنه إلى خبر آخر، وهذا يدل على أن معيار الأهمية يرتبط بالحدث الذي يتمحور حوله الخبر وبموقف الجمهور منه، وأول مظهر من مظاهر مقياس الأهمية هو المصلحة المباشرة والموضوعية، أي اهتمام الجمهور بخبر يدعوه إلى التحرك أو التعبئة أو الإعلان عن مظاهرة، كإصلاح القوانين المدنية أو تعديل الدستور، فإذا أهملنا معيار الأهمية تصدر جميع صحف العالم متماثلة في الشكل والمحتوى، وفي حال احترم الخبر مصلحة الجمهور يكون قد اتصف بالأهمية والحالية.

3-الصدق والدقة في جمع الأخبار:



الصحيفة هي مؤسسة اجتماعية لبيع الأخبار، ويجب عليها أن تكون أمينة في نقل هذه الأخبار، ومن هنا فقد اتفق الباحثون في مجال الإعلام على ما يُسمى في آداب مهنة الصحافة بـ (قدسية الخبر)، ومعنى هذه القدسية عدم إقدام الصحفي على تحريف أو تزييف أو تلوين الخبر مهما كان الدافع إلى ذلك؛ لأن نشر الخبر عن طريق الصحيفة هو بمثابة وثيقة إعلام[3]، إضافة إلى التزام الصحيفة بالابتعاد عن نشر الشائعات، وعدم الخلط بين الخبر والرأي، وتحرّي الصدق والدقة في الحصول على الأخبار من مصادرها الموثوق بها، والمحافظة على سرية هذه المصادر.

4-الموضوعية:



وهي حالة مثالية لا يمكن تحقيقها، لكن الاقتراب النسبي منها هو أمر مطلوب، ويكون ذلك عن طريق البحث والتقصي عن صحة الخبر وأركانه، وعدم التحيز لطرف ضد طرف آخر في أي مشكلة من المشكلات من خلال معالجتها للأخبار بما يتفق مع سياستها التي تميزها عن غيرها من الصحف؛ لأن الصحيفة التي لا تزن الأمور بميزان الصالح العام، أو

---

[3] – عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، 1963.

التي لا تعدل في أفكارها، أو التي لا تعتمد لديها صحفيين موثوق بكتاباتهم وتعليقاتهم لا تحظى باهتمام القراء ولا بثقة الحكومات، ولا يصح أن نصفها بالصحيفة المستقيمة.

هل يمكن للصحيفة أو الصحفي أن يكونا موضوعيين حقاً؟



يمكنك كصحفي أن تكون موضوعياً من خلال:

- التأكد من اسم عَلم في الدليل.
- أن تذكر جملة ما بين مزدوجتين نقلاً عن صاحبها، وأن تقص حادثاً كما جرى في الواقع.
- أن تعتمد على الشواهد وتؤكد بالأرقام (ما هو موجود بالفعل في العالم ويمكن إثباته).
- أن تنشر ما تكره وتستهجن عوضاً عما يرغب الآخر فيه ويحب.



- أن تبرهن بوضوح لأصدقائك وأعدائك بأنك لم تبتر نصاً لتستخرج حجة.
- أن تراجع مصادرك، وتتوخى الحذر عند ذكر التفاصيل.

إن كل ما سبق هو أمر ممكن ولكن لا يمكن أخذه على أنه يتناول كل جوانب الموضوعية، إذ يمكن بالتأكيد اعتماد نص بشكل صحيح، ولكن أيضاً يجب التدقيق في محتوى السياق الذي سيندرج فيه، وأساساً منذ اعتبار الصحفي شاهداً على الواقع فإنه يكف عن كونه خارجياً أو مستقلاً عن الحدث؛ لأنه سيتدخل لكي يقدم روايته أو صورته عما حدث وبدرجات متفاوتة، لذلك فهو لن يرى بالضرورة الحادث نفسه كما يراه شاهد آخر.

ومن ناحية أخرى تعكس السياسة التحريرية للصحيفة مدى تمتعها بالموضوعية تجاه حدث ما من خلال الطريقة التي تعبر بها الصحيفة عن الحدث أي القالب الصحفي المستخدم،

وموقع النشر من الصحيفة، وأسلوب أو اللغة الإعلامية المستخدمة، وذكر أهم ما جاء فيه من أفكار، أو تغطية الجانب الشكلي من الحدث، وزيادة على ما سبق فإن اختيار المادة قد يخضع إلى بعض المعايير أولها: الأهمية التي توليها الصحيفة للحدث، وأيضاً الغاية المرجوة من معالجته، فالحيز المكاني المخصص لمعالجة هذا الحدث على سبيل المثال، أو منحه تحقيقاً صحفياً يعكس بالضرورة اتجاهاً معيناً للصحيفة حتى وإن لم تُرد أو تقصد الصحيفة ذلك.

الخلاصة

من الخطأ أن نعتقد أن الصحافة وحدها صانعة الرأي العام فالأصح من ذلك أن يقال إن الصحف تساهم في تشكيل الرأي العام وتتأثر به أيضاً نظراً للوظائف التي تؤديها ومن بينها تقديم الأخبار والمعلومات، والأفكار والآراء التي تساعد على تكوين رأي صحيح في المسائل العامة وما يعترضهم من مشكلات سواء من الناحية السياسية، أو الاجتماعية، أو الثقافية، أو الاقتصادية.

غير أن الصحف يختلف بعضها عن البعض الآخر من ناحية عرض ومعالجة وترتيب أولويات الأخبار والأفكار، ويُعزى هذا إلى اختلاف خطها وسياستها التحريرية. فبعض الصحف إخبارية بحتة تعتمد في الغالب على الإثارة وتلوين الأخبار والمبالغة، لتجذب القارئ وتضمن أكبر توزيع ممكن.

والبعض الآخر هي صحف رأي وفكر تعتنق مذهباً سياسياً معيّناً وتدافع عن وجهة نظر حزبية معينة.

ومعنى هذا أن اختلاف الصحف في طريقة العرض يأتي بنتائج مختلفة من الناحية الإعلامية، هذا فضلاً عما للرقابة التي تفرضها الحكومة على الصحافة من آثار بعيدة المدى إذ أنه كلما زاد إشراف الدولة على الصحافة ازدادت السيطرة البيروقراطية على الرأي العام.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- من المبادئ التي يجب مراعاتها من قبل الصحيفة لتكسب الرأي العام:

A. متابعة الخبر والتعليق عليه بعد نشره.

B. نشر الأخبار التي تتفق مع مذهبها السياسي.

C. الاعتماد على مقالات الرأي والتوجيه.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: A. متابعة الخبر والتعليق عليه بعد نشره.

2-من محددات تأثير الصحيفة في الرأي العام:

A. مدى مصداقيتها.

B. مدى تركيزها على قضايا الشأن العام

C. درجة ابتعادها عن نشر الأخبار المثيرة.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

3- السياسة التحريرية للصحيفة تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على جمهور القراء من خلال:

A. أسلوب إخراجها الصحفي.

B. مدى انتشارها بين القراء.

C. مضمون موضوعاتها.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: **A**. أسلوب إخراجها الصحفي.

4- يعد معيار الدلالة الاعلامية من الأسس والمعايير التي يعتمدها مسؤولي الصحيفة في اختيار الأخبار والموضوعات ويتمثل في:

A. التركيز على أحداث ذات أهمية إعلامية.

B. إبراز عناوين الموضوعات.

C. الابتعاد عن نشر الشائعات.

D. عدم المزج بين الخبر والرأي.

الإجابة الصحيحة: **A**. التركيز على أحداث ذات أهمية إعلامية.

المراجع

1. stoetzel et a, Girard: les sondages d'opinion publique, presses universitaires de France, Paris, 1973.
2. عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000م.
3. عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، 1963.

الوحدة التعليمية الحادية عشر

إدارة المؤسسة الصحفية

تمهيد:



باتت الصحف في القرن الحادي والعشرين مؤسسات اقتصادية كبرى ذاتَ استثمار ضخم، هذا إلى جانب أنها مؤسسات ذاتُ رسالة اجتماعية مهمة، ويكفينا دراسة متفحّصة لميزانية إحدى المؤسسات الصحفية في الدول المتقدمة، لندرك من خلالها أرقاماً بملايين الدولارات أمام بنود الأجور والمرتبات، والآلات والمطابع، ومنشآت المباني والأثاث، والورق والأحبار، والدخل القادم من التوزيع والاشتراكات أو الإعلانات.

من هنا تأتي أهمية أن تكون هناك إدارة ناجحة للصحيفة تستطيع أن تصهر كل نشاطات العمل الصحفي في بوتقة واحدة، من رأس المال إلى التحرير، ومن الإخراج إلى الطباعة، ومن التوزيع إلى الإعلان بحيث تخرج لنا صحيفة أو مجموعة صحف ناجحة.

إن هذه الوحدة الدرسية ستعالج نقطة مهمة في نشاط الصحيفة، ألا وهي الإدارة التي أصبحت ركناً أساسياً من أركان النظام الإنتاجي للمؤسسة الصحفية، والتي تهدف إلى تحقيق نتائج محددة باستخدام الموارد المتاحة للمؤسسة بأعلى درجة من الكفاءة والفعالية في ظل الظروف الموضوعية المحيطة، والعوامل المؤثرة على نشاطها، إضافة إلى التحديات التي تواجهها في ظل التطور الهائل لوسائل الإعلام الأخرى.

أولاً: مفهوم الإدارة الصحفية

إن التطور الهائل في رأس مال الصحيفة، وما يتبع ذلك من تحول ملكيتها الفردية إلى الملكية المتعددة الأشكال، وما صاحب ذلك من تطور في الخدمة الصحفية هو الذي أدى إلى ظهور التعبير المعاصر للهيئة التي تتولى إصدار الصحيفة أو مجموعة صحف وهو تعبير المؤسسة الصحفية.

إن الإدارة الصحفية أو إدارة الصحيفة مصطلح صحفي يمكن النظر إليه من زاويتين: الزاوية الأولى الأكثر شيوعاً هي الإدارة العامة للصحيفة أو إدارة المؤسسة الصحفية بمعنى الجهة أو الهيئة أو العضو الموجود داخل المؤسسة الصحفية، والذي يتولى مسؤولية الإشراف على النشاط الإعلاني والطباعي والتوزيعي للصحيفة بهدف جعل العمل التحريري مادة تباع إلى مشتريها وهم قراء الصحيفة بثمن يغطي مصروفات إصدارها، ويحقق ربحاً مجزياً للناشرين[1]، وهذا يعني أن الإدارة الصحفية – كأي إدارة – تتولى تحقيق النتائج التي وُجدت من أجلها الصحيفة من خلال تحديد الأهداف المطلوب تحقيقها، واختيار الكادر الصحفي المناسب لتحقيق تلك الأهداف مع ضمان الاستمرارية في توفير المواد الأولية لإصدار الصحيفة من ورق، وأحبار، وأقلام.. إلخ، وهذا ما جعل منها مقياساً لنجاح الصحيفة لكونها تتولى إدارة العمل التحريري الذي يجذب القارئ، وفي الوقت ذاته تتولى إدارات التوزيع والإعلانات التي تجذب الأموال إلى المؤسسة الصحفية فتستطيع أن تقدم أجود خدمة صحفية لكل شرائح المجتمع.

ثانياً: ما الذي يميز إدارة الصحيفة كمؤسسة عن إدارة المؤسسات الأخرى؟

تختلف إدارة المؤسسة الصحفية عن غيرها من المؤسسات الأخرى في جوانب عدة أبرزها:[2]

1– إن الصحيفة تقدم منتجاً فكرياً هو المواد الصحفية المطبوعة يومياً أو أسبوعياً بشكل مختلف، وهذا المنتج يفقد قيمته ويُستهلك بمجرد وصوله إلى القارئ، ويلعب عنصر الوقت دوراً مهماً في العملية الصحفية.

[1] – علي عبد المجيد عبده، الأصول العلمية للإدارة والتنظيم، القاهرة، دار النهضة العربية، 1989م.

[2] – إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، مرجع سابق.

2- إن العاملين في الصحيفة ينبغي أن يتسموا بصفات معينة من حيث الثقافة والقدرات المهنية، والالمام بالمعارف العامة والمتخصصة في المجال الإعلامي والصحفي، والمهارة الحركية كالكتابة والتصوير والإخراج. إلخ، إلى جانب القيم التي تحركهم داخلياً ووجدانياً.

3- إن طبيعة المنتج الصحفي الفكرية، وأهمية عامل الزمن في العملية الصحفية تحتّمان أن يكون البناء التنظيمي للصحيفة بكل قطاعاتها مرناً، وغير جامد، وأفقياً بعكس المؤسسات الأخرى التي ينبغي أن يكون بناؤها شكلياً أو رسمياً، وصارماً ورأسياً.

ثالثاً: شروط نجاح مدير الصحيفة في عمله



يحتاج مدير الصحيفة إلى موهبة وتعليم وخبرة بمعنى أن يكون مستعداً نفسياً وذهنياً لهذا العمل، ولكي ينجح في إدارة الصحيفة لا بد من أن يكون لديه:

1- إدراك كامل بالعمل الصحفي من تحرير وتوزيع إلى جانب الأقسام الإدارية الأخرى.

2- فكر اجتماعي إلى جانب الفكر الإداري بمعنى إدراك الوظيفة الاجتماعية للصحيفة وما هي أهداف القراء الذين تصدر من أجلهم هذه الصحيفة.

3- عدم التحيز لقسم من أقسام الصحيفة، أو لأحد العاملين على حساب الأقسام الأخرى.

4- القدرة على القيادة واتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب.

رابعاً: العوامل التي تؤثر على الإدارة الصحفية

تخضع الإدارة الصحفية –في أحوال كثيرة –إلى قيود وضغوط تُمارس عليها من قبل مؤسسات عدة سياسية كالدولة، واجتماعية كالمجتمع، واقتصادية كالشركات، ويكمن السبب في وضع هذه الضغوط على إدارة الصحيفة في إدراك الجهات الضاغطة لأهمية الدور الذي تمارسه الصحف وتأثيرها الكبير على المجتمع، ولذا فإن هناك محاولة مستمرة للسيطرة على المعلومات ونشرها في جميع المجتمعات.

تؤثر القوانين على إدارة الصحيفة تأثيراً مباشراً وغير مباشر وعلى عملية اتخاذ القرار الذي هو عملية إدارية من الدرجة الأولى –سواء كان هذا القرار إدارياً بحتاً أم تحريرياً يتعلق بالمادة الصحفية.

وبصفة عامة فإن أبرز أشكال السيطرة على المؤسسات الصحفية تتنوع من قيود قانونية مفروضة إلى ضغوط سياسية واقتصادية واجتماعية، إلى عوامل ضغط داخلية ترتبط بطبيعة المؤسسة ذاتها من حيث بنيتها التنظيمية وكوادرها، وهذه الأنماط ستتم مناقشتها كما يلي:

1. حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والإشراف المباشر:



تمتلك الدولة في جميع الأقطار العربية حقها في منح الترخيص وسحبه للمؤسسات الصحفية، وتشترط ضرورة الحصول على ترخيص من الجهة المختصة لإصدار صحيفة، وهذا يعني أن مالك حق منح الترخيص يملك حق ممارسة الضغط على الصحيفة وسحب هذا الترخيص.

وبناءً عليه فإن كثيراً من القرارات التي تتخذها إدارة المؤسسة الصحفية، وبخاصة ما يتعلق بالنشر تُتخذ وفي أعين أصحابها قوة سحب الترخيص التي يمكن أن تهدد المؤسسة.

أما الوجه الآخر لتأثير الدولة فيكمن في إشرافها المباشر وملكيتها لوسائل النشر والإعلان، إذ تكاد تلتقي جميع الدول العربية في ملكيتها للصحف ودور النشر والإعلان والتوزيع، ومثل هذا النوع من الملكية لا يخفى تأثيره المباشر على إدارة تلك المؤسسات، فالدولة هي التي تقوم بتعيين المديرين، وهي التي تقوم

بوضع سياستها الإعلامية، وهي التي تحدد ميزانياتها، كما تؤثر على الإدارة بالضغط على الموظفين وإمكانية استمرارهم في وظائفهم.. إلخ. (انظر الملحق رقم/1/).

2. السيطرة الاقتصادية من خلال الإعلان وامتلاك وسائل الإعلام:



إن مالكي الصحف سواء كان المالك حكومياً أم قطاعاً خاصاً لهم تأثيرهم على ما يقرؤه الناس، إضافة إلى سيطرتهم على مضمون هذه الصحف، وينعكس هذا التأثير على المؤسسة الصحفية وإدارتها من خلال أشكال عدة أهمها ما يلي:

1. يقرر مالك الصحيفة سياستها وأهدافها، ويقوم بتوجيهها سواء كان هو مديرها أم لا.
2. يقوم مالك الصحيفة بالإشراف على تعيين الموظفين، وتحديد مسؤولياتهم بغض النظر عن أهليتهم لتحمل المسؤولية، والمقياس هو الولاء لا الكفاءة.
3. يتدخل مالك الصحيفة –حتى لو لم يكن هو المدير التنفيذي – في إصدار القرارات التي قد تتعارض أحياناً مع قرارات المدير التنفيذي للصحيفة.
4. يحدد مالك الصحيفة ميزانيتها مما يؤثر على نشاطها وفعالية إدارتها بوجهيها التحريري والإداري.

فالميزانية والعوامل الأخرى في الصحيفة تؤثر تأثيراً مباشراً من خلال أوجه عدة، فصغر حجم الميزانية يؤثر على نوعية اختيار الكوادر المؤهلة لقيادة المؤسسة من بين ذوي الكفاءة الأقل لأن مرتباتهم أقل، وكذلك نوعية المادة الصحفية، وعدد الصفحات في الصحيفة.

ويؤثر الإعلان بدوره على العملية الإدارية في المؤسسة الصحفية بوجهيها التحرير والإداري، إذ يشكل الإعلان في الصحيفة جزءاً أساسياً من عوائد الصحيفة يمكن أن يؤثر تأثيراً مباشراً على إدارة التحرير وعلى ميزانية الصحيفة التي تؤثر بدورها على الإدارة التنظيمية.

3. القوانين واللوائح المنظمة للعمل الصحفي:

تؤثر القوانين المنظمة للعمل الصحفي والمطبوعات تأثيراً مباشراً على العملية الإدارية في الصحيفة، وتلك القوانين تقدم أنماطاً من التحكم في الإدارة من خلال:

1. وضع شروط معينة فيما يتعلق بمالك الصحيفة، وشروط خاصة فيما يتعلق برئيس التحرير أو الكاتب في الصحيفة.
2. تحديد محظورات للنشر، والتي تطالب الصحيفة والصحفيين بالالتزام في عدم التعرض لها وإلا فإن ذلك سيعرضها للعقوبات.
3. وضع القوانين التي تنظم نقابات الصحفيين ومواثيق الشرف التي تنظم شروط مزاولة مهنة الصحافة وآدابها ومحظوراتها.. إلخ.

4. الضغوط الاجتماعية:

تُعد العوامل الاجتماعية الأكثر تأثيراً في الإدارة الصحفية، وتتجلى على شكل قيم اجتماعية تكمن في أذهان الصحفيين يلتزمون بها حتى وإن كانوا لا يؤمنون بها، إضافة إلى أنواع من الضغوط الاجتماعية المباشرة المرتبطة بطبيعة النظام السياسي ذاته الذي يقبل على سبيل المثال منطق المجاملات والمحسوبية على حساب العمل، ومثل هذا يكون واضحاً في عمليات التوظيف، وكذلك في عمليات النشر أيضاً.

ومن الضوابط الاجتماعية أيضاً ما يمكن أن نسميَه بالتذوق الاجتماعي للمواد الصحفية، فقطاعات من القراء قد تتذوق أنماطاً من الفنون الصحفية – بغض النظر عن قيمتها – بينما لا تقبل نمطاً آخر، وتذوق جمهور القراء هو جزء من كيانهم الاجتماعي، وهو ما يسمى بالثقافة الجماهيرية، والصحفي يواجه ضغطاً من قبل مثل هذا التذوق، ومن ثم فإن أنماطاً من الرسائل الصحفية قد تكون ذات أهمية في بيئة اجتماعية ولا تكون كذلك في مكان آخر.

5. الضغوط السياسية الخارجية:



وتكون على شكل ضغوط متنوعة من قبل دول أجنبية، وفي الغالب تكون هذه الضغوط غير مباشرة، وعبر وزارات الخارجية من خلال احتجاجات رسمية أو من خلال رسائل توجه إلى رئيس التحرير، وتنعكس هذه الضغوط من خلال التنبيه واللوم، وأحياناً تصل إلى حد إيقاف الصحفية من قبل دولتها.

6. جماعات الضغط المحلية:

تأخذ جماعات الضغط المحلية أشكالاً متعددة منها:

1. منتديات فكرية.
2. تنظيمات سياسية.
3. جماعات دينية.

وتمارس ضغطها من خلال قنوات عدة منها: الصحف المنافسة من خلال طرح وجهات نظرها، أو من خلال ملكيتها لوسائل الإعلام، أو الاتصال بالجهات المعنية المسؤولة وإبلاغ شكاويها عن الصحيفة.

وإذا امتلكت جماعات الضغط المحلية قوة اقتصادية ذاتَ قدرة إعلانية كبيرة فإن ضغطها الفكري والسياسي يمكن أن يمر عبر الإعلان ذاته. (انظر الملحق رقم /2/).

7. ضغوط من داخل المؤسسة الصحفية ذاتها:

تكمن الضغوط التي تُمارس على عملية الإدارة والتي يكون لها تأثيرها على طبيعة أداء العمل وعلى نوعية الرسائل الصحفية من خلال عنصريين رئيسيين هما:

1. **بنية المؤسسة الصحفية:** وذلك من حيث نوعية كادرها البشري وكفاءته، ومن حيث تجانس الموظفين أو عدمُه، ومن حيث الاتجاه السياسي، وكذلك أسلوب تنظيم المؤسسة ذاته، وطبيعة العلاقات التي تحكم أفراد المؤسسة، وتنظيم العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين.

   فعلى سبيل المثال، فإن الصراع داخل المؤسسة الصحفية يؤثر تأثيراً مباشراً على كفاءتها وعلى إدارتها، إذ إن مثل هذه المشكلات تفرض على الإدارة أعباء هي في غنى عنها، وكذلك فإن كفاءة الكادر توفر على الإدارة جهداً كبيراً في تنفيذ المسؤوليات الملقاة على عاتقها.

   ويؤثر الشكل التنظيمي وتحديد المسؤوليات على نمط الإدارة في الصحيفة، فكلما تحددت المسؤوليات وكان التنظيم مراعياً انسياب العمل في المؤسسة كانت نتائج الإدارة أفضل.

2. **طبيعة العمل الصحفي:** يمكن الحديث هنا عن عنصريين مهمين هما:

   أ. حارس البوابة:

   حارس البوابة مصطلح إعلامي يطلَق على الشخص الذي تمر من بين يديه

   المعلومات، ويقرر ما يجب نشره، وما يجب أن يُستبعد، وإن هاتين المهمتين لحارس

   البوابة تؤثران تأثيراً كبيراً على طبيعة المواد الصحفية.

   وعلى سبيل المثال فإن رؤساء الأقسام في الصحيفة يقومون بدور حراس البوابة حيث يقررون ما يمكن أن يُنشر أو ما لا يُنشر، بحيث يقدمون إلى رئيس التحرير المواد المرشحة للنشر بعد أن تعبر مصافيهم الخاصة، وهنا يكمن دور مهم لحراس البوابة في التأثير على قرارات إدارة التحرير بشأن الرسائل الصحفية التي تصل إلى الناس،

وهذا يمكن أن يزداد تأثيره إذا كان حارس البوابة ذا اتجاه سياسي أو عقائدي معين، إذ إنه سيهمل كل ما يخالفه، أو على الأقل سيعمل على التقليل من شأنه بحيث ينشره في أسطر قليلة، أو في زوايا مهملة في صفحات داخلية.

الاعتبارات المهنية: ويأتي في مقدمتها:

- المساحة: وتعني الفراغ المتاح لنشر المادة الصحفية، إذ ليس بالإمكان توفير كل المساحات التي تحتاج إليها المواد الصحفية المكتوبة نظراً لضخامة كميتها وتنوع أهميتها، لذلك يستدعي الأمر أحياناً اختيار الأهم وتجاهل الأقل أهمية، أو اختصار بعض المواد لتناسب المساحة المتاحة.

كما تعمد إدارة الصحيفة أحياناً إلى اتخاذ قرار إداري بزيادة عدد الصفحات، إذا كانت المادة الصحفية ذات مردود مادي أو معنوي على الصحيفة.

- التوقيت المناسب: ونعني بذلك نشر المادة الصحفية في الوقت المناسب، وهذا يعتمد على قرارات إدارة الصحيفة من حيث أهمية المادة وحجمها.

تدريب:

هل تؤيد وضع قيود وضوابط على إدارة الصحيفة وعلى أداء العاملين فيها؟ وضّح رأيك.

خامساً: التحديات التي تواجه الإدارة الصحفية اليوم:

تواجه الإدارة الصحفية في القرن الحادي والعشرين مجموعة من الأوضاع الصحفية والإعلامية والمجتمعية والمهنية التي غيّرت شكل العملية الصحفية وجوهرها، وشكّلت مجموعة من التحديات أمام إدارة الصحيفة، وأبرز هذه التحديات نذكر الآتي:

1- التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أثّرت على عملية إنتاج الصحيفة بشكل إيجابي وحوّلتها إلى خلية إلكترونية مثل: الجمع التصويري المستعين بالحاسبات الإلكترونية وأشعة الليزر، والاتجاه إلى طباعة الأوفست والألوان، والاستعانة بالأقمار الصناعية

وشبكات الميكروويف في طباعة الصحف في أكثر من مكان في الوقت نفسه، وهذا بمجمله انعكس إيجاباً على عملية إنتاج الصحيفة، إذ جعلتها أكثر سرعة وسهولة.

2- ارتفاع نفقات إصدار الصحيفة بعد أن تحولت إلى صناعة ضخمة باهظة ومكلفة تحتاج إلى ملايين الدولارات.

3- منافسة الوسائل الاتصالية الأخرى للصحيفة، مثل الراديو والتلفزيون التي بدأت تمتلك إمكانية البث المباشر والتغطية الإخبارية الحية من مواقع الأحداث، وتقديم المواد الصحفية المتخصصة، والاهتمام بخدمة القارئ من الناحية التحريرية، وتطوير أساليب الإخراج، مما استدعى من جانب الصحف الحاجة إلى نوعية جديدة من المحررين والإداريين في مجال التفسير والتحليل والصحافة المتخصصة وصحافة التعددية.

4- معاناة صحف العالم ولاسيما العالم الثالث من فقدان المصداقية والاحترام والتقدير لها كمؤسسة اجتماعية، وذلك بسبب اختلال علاقة الصحف مع مثلث المصداقية والحكومة والقراء، فالقراء لا يثقون في صحفهم ويشكّون في استقلاليتها اقتصادياً وسياسياً، والحكومة لا تثق بالصحف وتتعامل معها بعدوانية، وفي النهاية تبقى الصحف هي المتأثر الأول بكل ذلك.

5- الاهتمام الدولي والإقليمي والمحلي بأخلاقيات الممارسة الصحفية، ومسؤوليات الصحيفة المجتمعية، وذلك من خلال الدعوة إلى استقلال الصحف عن السلطة، وإعطاء الجمهور حقه في المعرفة والاتصال، وقد تبلور ذلك في مجموعة من إعلانات المبادئ ومواثيق الشرف الصحفي والإعلامي المهنية.

6- الاهتمام بالبحوث كأساس لتقويم العملية الإدارية والصحفية، والاستفادة من نتائجها في تطوير مضمون الصحيفة وإخراجها وتسويقها مثل: بحوث الرأي العام، وبحوث الجمهور.

الخلاصة

نستنتج مما تقدم، أن إدارة الصحيفة هي المسؤولة عن وضع أهداف المؤسسة وعن اختيار كوادرها ممن ترى أنهم أكفأ لتأدية العمل المطلوب منهم.

وهي المسؤولة عن تمويل الصحيفة، ومواردها والحفاظ عليها وتنميتها. وهي التي تحدد أشكال الاتصال داخل الصحيفة وخارجها، وتقوم بضبطه والتنسيق بين أفراد المؤسسة، بما يضمن حسن سير العمل، فالإدارة هكذا تكون عصب المؤسسة وضابطها الذي ينظم وينسّق ويتابع ويشرف على حسن سير العمل.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- تختلف إدارة المؤسسة الصحفية عن إدارة المؤسسات الأخرى من عدة جوانب أبرزها:

A. طبيعة المنتج الصحفي الذي يحتفظ بقيمته مع مرور الوقت.

B. البناء التنظيمي للصحيفة الذي ينبغي أن يكون رأسياً.

C. ضرورة توافر الثقافة والقدرات المهنية للعاملين في الصحيفة.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: C. ضرورة توافر الثقافة والقدرات المهنية للعاملين في الصحيفة.

2- من شروط نجاح مدير الصحيفة في عمله:

A. أن يكون صارماً وحازماً في اتخاذ القرارات.

B. يكفيه الاستعداد النفسي لإدارة الصحيفة.

C. دعمه وتشجيعه لقسم التحرير في الصحيفة.

D. إدراك أهداف القراء الذين تصدر الصحيفة من أجلهم.

الإجابة الصحيحة: D. إدراك أهداف القراء الذين تصدر الصحيفة من أجلهم.

3- يستطيع مالك الصحيفة أن يفرض سيطرته وتأثيره على الصحيفة بعدة أشكال منها:

A. تعيين الموظفين الذين يتمتعون بالكفاءة غالباً.

B. تقرير ميزانية عالية لدعم نشاطات الصحيفة.

C. إصدار قرارات تتعارض أحياناً مع قرارات المدير التنفيذي للصحيفة.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: C. إصدار قرارات تتعارض أحياناً مع قرارات المدير التنفيذي للصحيفة

.

4- يتضح تأثير الضغوط الاجتماعية في الإدارة الصحفية من خلال:

A. القيم التي يلتزم بها الصحفيين.

B. اعتماد الإدارة منطق المجاملات والمحسوبية على حساب العمل.

C. أذواق القراء ومدى تقبلهم لأنماط من الفنون الصحفية.

D. كل ما سبق صحيح.

الإجابة الصحيحة: D. كل ما سبق صحيح.

المراجع

1- علي عبد المجيد عبده، الأصول العلمية للإدارة والتنظيم، القاهرة، دار النهضة العربية، 1989م.

2- الدكتور إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 1995م.

المحاضرة الثانية عشر

موارد الصحيفة ومصروفاتها

تمهيد:

تسعى المؤسسة الصحفية إلى تحقيق رسالة الصحافة في توعية الرأي العام وتثقيفه وتوجيهه كهدف رئيس لها، وحتى تستطيع القيام بهذا الدور الإعلامي الكبير يجب أن تتمتع بمركز مالي يحقق لها الاستقلال الاقتصادي الذي يمكّنها من الاستمرار في إصدار صحفها، وتطوير خدماتها، ومسايرة التطور العلمي والتكنولوجي في صناعة الصحافة في العالم من دون الاعتماد على مصادر خارجية تقيّد حريتها.

وهذا يحتّم على الصحيفة القيام ببعض الأعمال التي تمكّنها من تغطية تكاليف إصدار صحفها وتحقيق الربح، وأهم هذه الأعمال بيع المساحات الإعلانية، ونشاط الطباعة التجارية، والتوزيع للغير من الناشرين والكتّاب، والمؤسسات الصحفية الأخرى، وهذه الأعمال لا يمكن فصلها عن الغرض الأساسي الذي قامت من أجله الصحيفة، فتحقيق الربح من خلال القيام بهذه الأعمال التجارية ليس هدفاً في حد ذاته، وإنما هو وسيلة لتحقيق هدف آخر هو تحقيق رسالة الصحيفة وضمان حريتها واستقلالها اقتصادياً.

ومن هذا المنطلق سنتناول بالبحث والدراسة في هذه الوحدة الدرسية المصادر التي تستقي منها الصحيفة مواردها، والعوامل التي تؤثر في زيادة هذه الموارد، كما سنبحث في النفقات المترتبة على الصحيفة وكيفية مواجهتها.

أولاً: موارد الصحيفة والعوامل التي تؤثر فيها



تُقسم موارد الصحيفة إلى ثلاثة مصادر مشروعة ومصدرين غير مشروعين، أما المصادر المشروعة فهي:[1]



1- التوزيع والاشتراكات.

2- الإعلانات.

3- عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين.

وأما المصدران غير المشروعين فهما:

1- المساعدات المالية من الدول الأجنبية التي تستغل الصحيفة لأغراض الدعاية لها.

2- الرشوة سواء من الداخل أو الخارج من الحكومات أو الهيئات الأهلية أو الأفراد.

وفيما يلي توضيح لكل من هذه المصادر:



1- التوزيع والاشتراكات: يُعد التوزيع من المصادر الأساسية لإيرادات الصحيفة، فهي تُطبع أولاً ليشتريها القراء ويدفعوا ثمنها نقداً سواء عن طريق الاشتراكات التي تُدفع مقدماً لمدة زمنية معينة على العنوان الذي يحدده المشترك أم عن طريق البيع بالنسخة بواسطة الباعة في الشوارع وأكشاك بيع الصحف.

لذلك من الصعب أن تستمر صحيفة في السوق من دون أن يكون لها توزيع؛ لأنه يشكل الدعامة الأساسية لأي صحيفة تريد البقاء والنمو.

---

[1] – حسنين عبد القادر، إدارة الصحف، ط2، القاهرة، دار النهضة العربية، 1962م.

فالتوزيع هو مؤشر لنفوذ الصحيفة من ناحية، وأهم مقياس لقيمتها كمشروع يُراد له البقاء من ناحية أخرى، وذلك لكونه عملية مركبة تتمثل في تداول الصحيفة وبيعها في آنٍ واحد.

فلا يكفي أن تُتداول الصحيفة بين القراء، ولا يكفي أن تباع من دون أن تُتداول، فكلا الوجهين لازمان للصحيفة، وتأخذ طرق التوزيع صوراً كثيرة منها:



- توصيل الصحيفة إلى المنازل في المدينة التي تصدر فيها.
- طريقة البيع في الشوارع بواسطة بائعي الصحف.
- طريقة البيع بواسطة الأكشاك.
- إرسال الصحيفة بواسطة البريد إلى المناطق البعيدة عن مركز إصدارها.

وتأتي أهمية عملية توزيع الصحيفة في أنها أسرع سلعة سريعة التلف، لذا ينبغي على القائمين عليها أن تظهر في موعدها الذي اعتاده قراؤها؛ لأن الخبر يفقد قيمته إذا مضى عليه بعض الوقت، ولا تصبح للصحيفة أي قيمة في نظر القراء.

ما العوامل التي تزيد من توزيع الصحيفة؟

هناك عوامل كثيرة تساعد على انتشار الصحف وتزيد من توزيعها أهمها[2]:

1- تميّز التحرير والإخراج وموافقة ذوق القارئ واشباع رغباته، وذلك من خلال احتواء الصحيفة على كل الأخبار التي تهم القراء، وإبرازها بالشكل الذي يثير اهتمامهم عبر اعتماد العناوين الجذابة والألوان، والصور المفعمة بالحركة، والرسوم البيانية.

[2] – إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، القاهرة، جامعة الزقازيق، 1995م.

2- إصدار الأعداد الخاصة والممتازة، أو زيادة عدد صفحاتها، وذلك في المناسبات الوطنية والدينية والاقتصادية المهمة.

3- اختيار الأماكن المناسبة لبيع الصحيفة، كأن تباع بجانب المؤسسات الحكومية أو البنوك أو المقاهي أو محطات النقل العام.

4- المسابقات وتقديم الهدايا للقراء، وهي طريقة تجذب القراء من كل المراحل العمرية وعلى اختلاف مهنهم.

5- إنشاء مكاتب فرعية للصحيفة في المدن البعيدة.

ما العوامل التي تقلل من توزيع الصحيفة؟

هناك العديد من العوامل التي تقلل من توزيع الصحف نذكر أبرزها[3] فيما يلي:

1- الأزمات الاقتصادية الوطنية والعالمية: فالضائقة الاقتصادية وضيق ذات اليد يجعلان الكثير من الناس يحجمون عن شراء الصحيفة، في الوقت الذي هم فيه بحاجة إلى شراء الخبز وضروريات الحياة المعيشية.

2- الاستقرار السياسي في الداخل والخارج: لأن السلام ليس في مصلحة الصحيفة من وجهة النظر التوزيعية، إذ يزداد رواجها في ظل الاضطرابات الداخلية من ثورات وحروب وظروف الأزمات السياسية في الداخل والخارج.

3- رفع ثمن الصحيفة من دون الاعتماد على أبحاث اقتصادية تبيّن تأثير رفع السعر على توزيعها.

4- ارتفاع أسعار ورق طباعة الصحف.

5- المنافسة الصحفية وصدور صحف جديدة: لأن الصحف الجديدة ستجذب حتماً عدداً من قراء الصحف الأخرى، ولا سيما إذا كانت أقوى في التحرير والإخراج.

6- منافسة وسائل الإعلام الأخرى للصحف كالراديو والتلفزيون.

2- الإعلانات:

---

[3] - حسنين عبد القادر، إدارة الصحف، مرجع سابق.


Toronto largely spared energy price hike

Room for your life and everything in it.

Tourism group looks to attract U.S. visitors

City to add four times more defibrillators

Accused threatened to kill me, victim's brother tells court

تعتمد الصحف على الإعلانات لتغطية تكاليفها، لذا تُعد الإعلانات من المصادر الأساسية لموارد الصحيفة ومقياساً لنجاحها بعد أن كان التوزيع هو المقياس الوحيد، فالصحيفة التي تفتقر إلى الإعلان لا يمكن أن تستمر طويلاً مهما توزع من نسخ، لذلك نجد أصحاب الصحف القوية والواسعة الانتشار يلجؤون دوماً إلى الاعتماد على الإعلانات كمورد رئيسي لتغطية نفقات صحفهم؛ لأن هذه الصحف في النهاية عبارة عن مؤسسات تجارية لا بد من أن تجتهد لتحقيق الأرباح.

هل يؤثر الإعلان على مضمون الصحيفة؟



بالتأكيد يؤثر الإعلان على مضمون الصحيفة، ويظهر ذلك واضحاً من خلال تأجيل بعض المواد الصحفية وتخصيص مساحتها للإعلانات، وإرغام الصحيفة على اتباع سياسة إخراجية تتطابق مع المتطلبات المتجددة للإعلانات، كاستخدام الألوان لإبراز الإعلانات المصورة.

وهذا يعني أن الإخراج والإعلان يؤثران على حد سواء على مضمون الصحيفة، إذ نجد أن الكثير من اهتمام الصفحات المتنوعة منصب على الإعلان لا على الارتقاء بمستوى مضمون الصحيفة، وإشباع أذواق القراء.

لذلك ونظراً للانتقادات الكثيرة التي وُجهت إلى الإعلان التجاري في الصحف من قبل النقاد والباحثين لكونه يؤكد على القيم المادية على حساب القيم الروحية والأخلاقية تم وضع بعض المعايير التربوية للإعلانات التجارية في الصحف نذكر منها:

- ألا يتعارض الإعلان مع القيم السلوكية التي يقرها المجتمع أي بعيداً عن (الطمع – العدوان – الكذب.. إلخ).
- ألا يكون في الإعلان ما يخدش الحياء ويوحي بالإثارة الجنسية.
- ألا يكون في الإعلان ما يسيء إلى مكانة المرأة أو كيان الأسرة عموماً.
- ألا يتضمن الإعلان ما يسيء إلى الصحة كالمسكرات واستخدام الدواء دون وصفة طبية.

ما العلاقة بين توزيع الصحيفة ونشر الإعلانات فيها؟



هناك علاقة مهمة بين التوزيع ونشر الإعلانات في الصحيفة؛ لأن كبار المعلنين يفاضلون بين صحيفة وأخرى لينشروا إعلاناتهم في أكثر الصحف توزيعاً، ونتيجة لذلك فإن الصحف قليلة التوزيع تلجأ إلى عدم الإعلان عن أرقام توزيعها، واعتبار ذلك سراً من الأسرار لا يجوز أن يبوحوا به لا إلى القراء ولا المعلنين على السواء، إلا أن ازدياد الإنفاق الإعلاني واشتداد المنافسة بين الصحف دفع معظم الصحف إلى الاعتراف للمعلنين بحقهم في معرفة أرقام التوزيع كالناشرين تماماً على اعتبار أن العبرة ليست بعدد الذين يشترون الصحيفة بل بعدد القراء الذين يستطيعون شراء السلعة المعلن عنها، وأن أرقام التوزيع لا تمثل في الحقيقة عدد القراء؛ لأن الصحف لا يقرؤها فقط أولئك الذين يدفعون ثمنها بل يقرؤها أيضاً أسرهم وأصدقائهم.

3-عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين:

تستثمر معظم الصحف مطابعها في غير أوقات طباعة صحفها في عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين، لطبع الكتب والمجلات والمنشورات والمطبوعات الدعائية وغيرها، وهذه العمليات التجارية تدر على الصحيفة أرباحاً كبيرة، فضلاً عن أنها لا تترك مطابعها معطلة من دون جدوى.

وتحرص الصحف على تنظيم هذه العمليات التجارية بحيث لا تتعارض مع العمل الأساسي للمطابع، وهو طباعة أعداد الصحيفة وإصدارُها في مواقيتها المحددة، حيث تتم طباعة المطبوعات الأخرى خلال الفترة التي تفرغ فيها المطبعة من إنجاز طباعة أعداد الصحيفة.

وهناك سببان رئيسيان جعلا من عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين مورداً مهماً من موارد الصحيفة في عالمنا المعاصر: **الأول:** هو تفوق مطابع الصحف وإمكانياتُها الفنية العالية، و**الثاني:** هو اتساع نطاق الأعمال الطباعية نتيجة التطور الثقافي والإداري في العالم.

من هنا نجد أن الموارد المالية الناتجة عن الطباعة التجارية لحساب الآخرين تمثل نسبة من الدخل تساعد على إنعاش المؤسسة الصحفية مالياً واقتصادياً، وتزيد بالتالي من قدرتها على الإنفاق في تحسين التحرير والإخراج والطباعة. (راجع الملحق في نهاية الوحدة).

ثانياً: مصروفات الصحيفة

إن تطور الصحيفة وازديادَ نشاطها يجعلها في حاجة مستمرة إلى زيادة رأس مالها للعمل على مواجهة نفقاتها المتزايدة سواء في مجال التحرير أم الإدارة أم الطباعة.

وهناك ثلاث أنواع للمصروفات في الصحيفة هي[4]:

أولاً: مصروفات ثابتة: وتشمل قيمة الإيجار، ولاسيما إذا كانت الصحيفة تستأجر مبانيَ لإدارتها، أو المطابع، أو المخازن، ويضاف إلى المصروفات أيضاً مرتبات المحررين والموظفين

---

[4] - حسنين عبد القادر، إدارة الصحف، ط2، القاهرة، دار النهضة العربية، 1962م.

وأجور العمال وقيمة التأمينات (على العمال أو المطابع)، وهذا النوع من المصروفات لا يتأثر بارتفاع توزيع الصحيفة أو انخفاضه.

ثانياً: مصروفات متغيرة: وتشمل ثمن الورق الذي تستهلكه الصحيفة والأحبار، ومصاريف التوزيع، وقيمة الضرائب التي تدفعها إلى الحكومة.

ومن الجدير ذكره أنه يمكن ضغط المصروفات المتغيرة في حالة انخفاض نسبة توزيع الصحيفة، ويمكننا من خلال معرفة مصروفات الصحيفة (الثابتة أو المتغيرة) إدراك تكاليف إنتاج الصحيفة (الإنتاج الفكري + تكاليف التوثيق + الاشتراك في وكالات الأنباء العالمية + التكاليف الإدارية + الإنتاج المادي) وتوزيعها.

ثالثاً: مصروفات أخرى: ويسميها البعض الاستثمارات الجديدة، وتشمل مصروفات إحلال الجديد محل القديم، وتجديد الآلات والمباني وغير ذلك، كما تشمل بالنسبة إلى الصحف الجديدة نفقات الإنشاء، ولا شك في أن التطور السريع في تكنولوجيا الطباعة يحتم على المؤسسات الصحفية اعتماد مبالغ مضاعفة للاستثمارات الجديدة ومسايرة التقدم في هذا المجال[5].

---

[5] – محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام: المؤسسة الصحفية، ط1، القاهرة، مكتبة كمال الدين، 1979م.

الخلاصة

نستنتج مما تقدم أن الصحافة المطبوعة أصبحت صناعة بكل معنى الكلمة، وذلك من خلال اعتمادها في الإنتاج على آلات ومعدات طباعية، ووحدات فوتوغرافية، وورق، وأحبار، وآلات فوتوغرافية.. إلخ، وهي تجارة لأنها تسعى إلى زيادة دخل المؤسسة الصحفية عن طريق تأجير أو بيع مساحات منها للمعلنين مقابل أجر معين، ولأنها أيضاً تقوم بإعداد المواد الصحفية، إلى جانب القيام بالعمليات الطباعية التجارية المختلفة، ونشر الكتب، والتوزيع وتحصيل الاشتراكات، وغير ذلك لصالح زيادة دخل المؤسسة الصحفية لموازنة الدخل مع المنصرف، وتحقيق الأرباح.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة مما يلي:

1- من المصادر غير المشروعة لموارد الصحيفة:

A. المساعدات المالية الأجنبية.

B. عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين.

C. الإعلانات.

D. التوزيع والاشتراكات.

الإجابة الصحيحة: **A.** المساعدات المالية الأجنبية.

2- من العوامل التي تساعد على زيادة انتشار وتوزيع الصحيفة:

A. تخفيض عدد صفحاتها.

B. اعتماد العناوين الجذابة.

C. اختيار أماكن راقية لبيع الصحيفة.

D. زيادة ثمنها.

الإجابة الصحيحة: **B.** اعتماد العناوين الجذابة.

3- من العوامل التي تقلل من توزيع الصحيفة:

A. التركيز في توزيعها على الأماكن الشعبية.

B. الاضطرابات والأزمات التي يتعرض لها المجتمع.

C. رخص ثمن الصحيفة.

D. عدم وجود صحف منافسة.

الإجابة الصحيحة: **B.** الاضطرابات والأزمات التي يتعرض لها المجتمع.

4-من المصروفات الثابتة في الصحيفة:

A. ثمن الورق والأحبار.

B. الضرائب.

C. مرتبات المحررين والموظفين.

D. مصاريف التوزيع.

الإجابة الصحيحة: C. مرتبات المحررين والموظفين.

المراجع

1. حسنين عبد القادر، إدارة الصحف، ط2، القاهرة، دار النهضة العربية، 1962م.
2. إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، القاهرة، جامعة الزقازيق، 1995م.
3. محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام: المؤسسة الصحفية، ط1، القاهرة، مكتبة كمال الدين، 1979م[6].

6